

# **Lukijan jäljillä kansallispuistojen verkkosivuilla**

Tuula Vuola  
Tampereen yliopisto  
Viestintätieteiden tiedekunta  
Monikielisen viestinnän ja käännöstieteen maisteriopinnot  
Englannin kääntämisen ja tulkkauksen opintosuunta  
Pro gradu -tutkielma  
Marraskuu 2018



Tampereen yliopisto  
Englannin kielen, kirjallisuuden ja kääntämisen tutkinto-ohjelma  
Viestintätieteiden tiedekunta

VUOLA, TUULA: Lukijan jäljillä kansallispuistojen verkkosivuilla

Pro gradu -tutkielma, 73 sivua, englanninkielinen lyhennelmä 12 sivua  
Marraskuu 2018

---

Tutkielmassa tarkastellaan kansallispuistojen verkkosivujen eksplisiittisiä ja implisiittisiä lukijaviittauksia tekstintutkimuksen keinoin. Teksteistä analysoidaan, miten lukijaa niissä puhutellaan ja millä muilla tavoilla lukija huomioidaan. Lisäksi tutkitaan, onko teksteissä lukijat huomioivaa *sinä-asennetta* ja kuinka suoraan tai epäsuorasti lukijaa ohjailaan. Teksteistä ilmenevää lukijaa analysoidaan käsitteen *sisäislukija* avulla. Tutkimusta taustoitetaan käsittelemällä kansallispuistojen verkkotekstien tekstilajia. Oletuksena on, että siinä yhdistyy viranomais- ja matkailuviestintä, joista ensimmäinen on tyypillisesti lähettäjakeskeistä ja jälkimmäinen vastaanottajakeskeistä.

Tutkimusaineistoon on valittu Pallas-Yllästunturin kansallispuisto Suomesta ja Denalin kansallispuisto Alaskasta, Yhdysvalloista, jotta nähtäisiin, vaikuttaako kulttuuri lukijaviittauksiin. Aluksi kuvaillaan lyhyesti kansallispuistojen etusivuja ja sivustojen rakennetta sekä tarkastellaan verkkosivujen kielivaihtoehtoja, minkä jälkeen analysoidaan kansallispuistojen esittelytekstit sekä turvallisuus- ja jätehuolto-ohjeita. Tutkimusmenetelmänä käytetään lähilukua, ja tutkimusote on kuvaileva ja aineistolähtöinen.

Tutkimuksessa selvisi, että kansallispuistojen verkkotekstit eivät edusta yhtä, yhtenäistä tekstilajia, jossa yhdistyisivät ainoastaan virkakieli ja matkailun kieli. Sen sijaan verkkosivut ovat kokoelma erilaisia tekstejä ja tekstityyppejä. Analyysi paljasti eroja lukijan puhuttelussa: suomalaisissa ohjeteksteissä vältettiin lukijan puhuttelua ja suoraa ohjailua sekä erityisesti imperatiivimuotoisia kieltoja, kun taas yhdysvaltalaisissa ohjeteksteissä lukijaa puhuteltiin suoraan. Tekstit oli suunnattu laajalle lukijakunnalle, ja tekstien sisäislukija rajautui erityisesti sen mukaan, millaisista retkeilijöistä tekstit antoivat viitteitä.

Avainsanat: verkkosivut, tekstilaji, virkakieli, matkailun kieli, lukijaviittaukset, sisäislukija, sinä-asenne



# Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimuksen tausta ja merkitys .....	1
1.2	Tutkimuksen kulku.....	4
2	Kansallispuistojen verkkosivut tekstilajina .....	6
2.1	Viranomais- ja matkailuviestinnän yhdistelmä.....	6
2.2	Virkakieli ja lukija.....	8
2.2.1	Virkakielen piirteitä .....	8
2.2.2	Virkakielen markkinaistuminen .....	11
2.2.3	Verkkoviestinnän vaikutus virkakieleen .....	12
2.3	Matkailun kieli ja lukija.....	13
3	Keinoja lukijan analysointiin ja huomiointiin.....	17
3.1	Sisäislukija .....	17
3.2	Sinä-asenne .....	22
4	Aineisto ja menetelmä .....	25
5	Kansallispuistojen verkkosivujen tarkastelua .....	29
5.1	Sivustojen rakenteen ja etusivujen vertailua.....	29
5.2	Verkkosivujen kielivaihtoehdot .....	32
5.3	Kansallispuistojen esittelytekstit.....	33
5.3.1	Pallas-Yllästunturin kansallispuisto.....	33
5.3.2	Denalin kansallispuisto .....	36
5.4	Ohjeita ja sääntöjä .....	39
5.4.1	Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeet .....	39
5.4.2	Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeet .....	42
5.4.3	Pallas-Yllästunturin jätehuolto-ohjeet .....	44
5.4.4	Denalin kansallispuiston jätehuolto-ohjeet .....	48
6	Pohdintaa lukijaviittauksista ja tekstien piirteistä .....	51
6.1	Ohjetekstit.....	51
6.2	Sisäislukija .....	53
6.3	Sinä-asenne .....	56
6.4	Kulttuurierot teksteissä.....	58
6.5	Verkkosivujen tekstilaji.....	59

7	Lopuksi .....	62
	Lähteet .....	67
	English Summary	

# 1 Johdanto

Tässä pro gradu -tutkielmassa analysoin kansallispuistojen verkkosivujen lukijaviittauksia tekstintutkimuksen keinoin. Tarkastelen valitsemistani teksteistä sitä, miten lukija niissä näkyy sekä pintatasolla että syvemmällä, tekstin taustalla vaikuttavina oletuksina. Tutkin, miten lukijaa puhutellaan ja millä muilla tavoilla lukija huomioidaan. Tutkin myös, kuinka suoraan tai epäsuorasti lukijaa ohjaillaan. Lisäksi analysoin teksteistä ilmenevää lukijaa käsitteen *sisäislukija* avulla ja pohdin, onko teksteissä lukijat huomioivaa *sinä-asennetta*. Käsittelen tutkielmassani myös tekstilajia, sillä tekstilajien konventiot vaikuttavat siihen, miten sisäislukija ilmentyy tekstissä (Shore 2012, 160).

Pro gradu -tutkielmani on jatkoa kandidaatintutkielmalleni (Vuola 2015), jossa tarkastelin lukijan asemaa kansallispuistojen verkkosivuilla. Kandidaatintutkielmassani lähdin tutkimaan kansallispuistojen verkkosivuja matkailuteksteinä, mutta hyvin pian oivalsin niiden olevan myös – tai ehkä jopa ennen kaikkea – viranomaistekstejä. Sama oletus tekstien hybridiluonteesta on pohjana myös tässä pro gradu -tutkielmassa, jossa halusin tutkia syvällisemmin tekstilajin vaikutusta lukijaviittauksiin. Kandidaatintutkielmassani tarkastelin erityisesti lukijan puhuttelua, mutta nyt analysoin myös muita tapoja huomioida lukija. Lisäksi analysoin tarkemmin tekstien lukijaoletuksia.

## 1.1 Tutkimuksen tausta ja merkitys

Käännöstieteilijä Christiane Nordin (1991) mukaan vastaanottajaa pidetään hyvin tärkeänä, ellei jopa tärkeimpänä, seikkana kaikissa kääntämiseen liittyvissä tekstianalyysimalleissa. Siitä huolimatta juuri vastaanottaja jää useimmin huomioimatta varsinaisessa kääntämisessä. (mts. 51–52.) Lukijan huomioimista kääntämisessä painottavat myös Tytti Suojanen, Kaisa Koskinen ja Tiina Tuominen (2015, 2012), jotka ovat kehittäneet käyttäjäkeskeisen kääntämisen mallin ja kirjoittaneet siitä kirjat *Käyttäjäkeskeinen kääntäminen* ja *User-Centered Translation*. Heidän mukaansa tekstin lukijan tai käyttäjän tunnistaminen on keskeinen haaste kääntäjän työssä (Suojanen ym. 2015, 61). Lukijaan keskittyvää tutkimusta voidaan näin ollen pitää hyödyllisenä ja tärkeänä.

Ken Hyland (2001) on osoittanut, kuinka lukija on läsnä ja hänet huomioidaan myös akateemisissa teksteissä. Hänen mukaansa mikä tahansa teksti on onnistunut silloin, kun siitä ilmenee kirjoittajan kyky ottaa lukijat viestintäkumppaneiksi. Lukijan puhuttelua

viranomaisteksteissä ovat tutkineet muiden muassa Eveliina Tolvanen (2016) ja Merja Koskela (2006, 2005). Tolvanen vertaili väitöstutkimuksessaan Suomen ja Ruotsin eläkeviranomaisten verkossa julkaistuja, tiedottavia tekstejä, ja Koskela tarkasteli Verohallinnon verkkosivujen lähettäjä- tai vastaanottajakeskeisyyttä. Lukijaviittauksia on tutkinut myös Suvi-Sanna Salomaa (2014), joka käsitteli pro gradu -tutkielmassaan sitä, miten lukijaan viitataan Kansaneläkelaitoksen verkkosivustolla julkaistussa perusturvaesitteessä. Lukijaoletusten tutkimusta käsittelen luvussa 3.1 *Sisäislukija*.

Tämä on tutkielma lukijaviittauksista, mutta tutkielmani liittyy myös matkailuun, sillä kansallispuistot ovat matkailukohteita. Matkailusta on tullut yksi maailman tärkeimmistä ja nopeimmin kasvavista elinkeinoista (Cronin 2013, 4; Koivula & Saastamoinen 2005, 8; Thurlow & Jaworski 2011, 1), ja lisäksi matkailusta on tullut suosittu, eri tieteenaloja yhdistävä tutkimuskohde (Salim, Ibrahim & Hassan 2012). Käännöstieteen alalla matkailua on tutkinut muun muassa irlantilainen Michael Cronin, jonka mukaan matkailuun liittyvää käännöstieteellistä tutkimusta on tehty melko vähän (Cronin 2013). Välimeren alueen suosituissa matkailumaissa Espanjassa ja Italiassa matkailutekstien kääntämistä ovat kuitenkin viime vuosina tutkineet esimerkiksi Isabel Durán-Muñoz, Maria Vittoria Calvi ja Mirella Agorni. Matkailuun liittyy olennaisesti myös kieli, mutta kielitieteessä on tehty vain vähän tutkimusta, joka yhdistäisi kielen ja matkailun (Hall-Lew & Lew 2014; Cronin 2013). Graham Dann (1996) on kirjoittanut klassikkoteoksen *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*, jonka pohjana on kattava tutkimus matkailuaiheisista teksteistä, kuten esitteistä ja mainoksista. Matkailualalla onkin tutkittu erityisesti painettua mediaa, kun taas elektronisia lähteitä, kuten verkkosivuja ja blogeja, on tutkittu vähemmän (Salim, Ibrahim & Hassan 2012). Eri maiden virallisia matkailusivustoja on tutkinut ainakin Elena Manca (2016) ja matkablogeja Deepti Ruth Azariah (2017).

Kansallispuistot ovat kiinnostava aihe, sillä niiden merkitys on kasvamassa ihmisten luontoinnostuksen myötä (Ympäristöministeriö 2016). Luontomatkailusta onkin tullut matkailun nopeimmin kasvava osa-alue (Koivula & Saastamoinen 2005, 8; Sulaiman 2016, 29). Kansallispuistojen käyntimäärät kasvavat, ja luonto on yhä vahvemmin mukana myös Suomen matkailun tärkeimmissä kehityshankkeissa (Ympäristöministeriö 2016). Suomessa matkailijoita houkuttaa erityisesti puhdas luonto (MEK 2010, Saarinen 2005), mutta myös turvallisuus, rauha ja hiljaisuus sekä erilaiset liikunta- ja toimintamahdollisuudet (MEK 2010). Suomessa riittää metsiä, ja luontomatkailun merkitys osana metsien monipuolista



käyttöä kasvaa kaiken aikaa (Koivula & Saastamoinen 2005, 4). Noin neljännes Suomen matkailusta on luontomatkailua, ja huomattava osa siitä suuntautuu kansallispuistoihin. Kansallispuistot houkuttelevat matkailijoita, jotka etsivät koskematonta ja erämaista luontoa. (Lintala 2012.)

Kansallispuistojen palveluja on kehitetty asiakaslähtöisesti (Ympäristöministeriö 2016), minkä voi olettaa näkyvän myös kansallispuistojen verkkosivuilla. Nykyään ymmärretään, että ”[v]iranomaisen tehtävä on palvella kaikkia asiakkaita mahdollisimman hyvin” (Viitaniemi & Heikura 2015). Hallinnossa aiemmin vallinnut säätekulttuuri on muuttunut myynti- ja palvelukulttuuriksi. Viranomaisten tekstit ovat entistä palvelevampia ja myyvämpiä, koska myös julkishallinnon laitokset joutuvat kilpailemaan asiakkaista ja rahoituksesta. Julkisen sektorin laitoksiltakin edellytetään tehokkuutta ja tuottavuutta. (Kankaanpää 2006, 194.)

Viranomaispalveluissa käytetty kieli on ajankohtainen aihe, sillä viranomaiset pyrkivät nykyään tuottamaan selkeämpiä ja helpommin ymmärrettäviä tekstejä. Esimerkiksi Kelassa on tehty tekstien selkeytystyötä aktiivisesti vuodesta 2011 (Kansaneläkelaitos 2014). Vuonna 2015 Kotimaisten kielten keskus järjesti virkakielikampanjan, jonka tavoitteena oli kannustaa viranomaisia parantamaan tekstejään ja kielenkäyttöään (Kotus s. d. d). Kampanjan myötä muun muassa Liikenteen turvallisuusvirasto (Trafi), Maanmittauslaitos, Maahanmuuttovirasto (Migri), Verohallinto ja ympäristöministeriö kehittivät tekstejään ja työkäytäntöjään (Kotus s. d. e). Paitsi ajankohtainen, virkakieli on myös yhteiskunnallisesti tärkeä tutkimusaihe, sillä hallinto toimii kielen ja tekstien varassa (Kankaanpää 2006, Tiililä 2014). Virkakielisiä asiakirjoja tuotetaan aina vain enemmän, kun säädetään uusia lakeja ja myönnetään etuuksia. Lisäksi säätely ja erikoistuneet toimialat kasvavat. (Viitaniemi & Heikura 2015.) Demokratiaan kuuluu, että kansalaiset voivat valvoa vallankäyttöä, mikä puolestaan edellyttää, että kansalaiset ymmärtävät viranomaisten kieltä. (Kankaanpää 2006, 1; Viitaniemi & Heikura 2015.)

Suomessa virkakielen tutkimusta ja kehitystyötä on tehty 1970-luvulta lähtien (Hiidenmaa 2000, 29–31). Tällä vuosituhanella virkakieltä on tutkinut muiden muassa Vesa Heikkinen. Salli Kankaanpää (2006) on tehnyt väitöskirjan hallinnon lehdistötiedotteiden kielestä ja sen muuttumisesta ja Ulla Tiililä etuuspäätösten kielestä. Viranomaisviestintää internetissä on tutkinut Merja Koskela (2006, 2005), joka on analysoinut Verohallinnon verkkosivuja. Muualla maailmassa viranomaisviestintää ovat tutkineet ainakin Srikant Sarangi ja Stefaan

Slembrouck (1996), jotka ovat käsitelleet kielen roolia byrokratiassa. Muutoin ulkomaista virkakielen tutkimusta vaikuttaisi olevan melko vähän. Herääkin kysymys, onko virkakieli ja sen merkityksen esille nostaminen erityisen suomalainen ilmiö. Toisaalta viranomaisviestintää pyritään selkeyttämään myös muissa länsimaissa (Hiidenmaa 2000, 32). Yhdysvalloissa liittovaltion viranomaiset ja armeija ovat kannustaneet henkilöstöään selkeämpään kielenkäyttöön (*plain English*) jo 1990-luvulla (Bailey 1996, 7).

## 1.2 Tutkimuksen kulku

Tarkastelen tässä pro gradu -tutkielmassa kansallispuistojen verkkosivujen tekstejä. Olen valinnut aineistooni kansallispuistosivut kahdesta eri maasta, koska halusin nähdä, vaikuttaako kulttuuri lukijaviittauksiin. Aineistooni kuuluu yksi Suomen 40 kansallispuistosta (Metsähallitus 2018) ja yksi Yhdysvaltain 59 kansallispuistosta (NPS 2017a). Suomesta mukana on Pallas-Yllästunturin kansallispuisto ja Yhdysvalloista Alaskan osavaltiossa sijaitseva Denalin kansallispuisto. Suomen kansallispuistojen verkkosivut löytyvät Metsähallituksen ylläpitämältä verkkosivustolta Luontoon.fi ja Yhdysvaltojen kansallispuistot puolestaan National Park Servicen ylläpitämältä verkkosivustolta [www.nps.gov](http://www.nps.gov). Verkkosivut ovat laaja kokonaisuus, joten lähempään tarkasteluun olen valinnut vain muutamia tekstejä. Analysoin molempien kansallispuistojen etusivuilta löytyvät lyhyet esittelytekstit sekä lisäksi turvallisuus- ja jätehuolto-ohjeita. Lisäksi kuvailen lyhyesti kansallispuistojen etusivuja ja sivustojen rakennetta sekä tarkastelen verkkosivujen kielivaihtoehtoja.

Tutkimuskysymykseni ovat seuraavat:

- Miten lukija näkyy teksteissä eksplisiittisesti, eli tekstin pintatasolla, erityisesti puhuttelu- ja verbimuodoissa? Miten ohjeita esitetään; kuinka suoraan tai epäsuorasti lukijaa ohjaillaan?
- Miten lukija on teksteissä läsnä implisiittisesti, eli tekstin taustalla vaikuttavina oletuksina? Millainen on tekstien sisäislukija? Onko teksteissä sinä-asennetta, ja miten se niissä näkyy?
- Miten tekstilaji vaikuttaa lukijaviittauksiin?

Tutkimusotteeni on kuvaileva ja aineistolähtöinen, ja poimin aineistosta paljon esimerkkejä analyysini tueksi. Menetelmänä käytän lähilukua. Tutkin ensinnäkin, millaisia eksplisiittisiä

lukijaviittauksia kansallispuistojen verkkoteksteissä käytetään. Lukijaan voidaan viitata monella tavalla, kuten puhuttelemalla suoraan yksikön tai monikon 2. persoonamuodossa (Tolvanen 2016, 7). Käytettäessä 2. persoonaa voi puhuttelu olla imperatiivimuotoista, jos halutaan antaa suoria ohjeita tai käskyjä (Tolvanen 2016, 19; VISK § 1647). Lukijaan voidaan epäsuorasti viitata 3. persoonassa (*tällä reitillä vaeltaja löytää / vaeltajat löytävät...*), nollapersonarakenteella (*puistossa ei saa leiriytyä*) tai passiivilla (*matkan varrella yövytään*) (Tolvanen 2016, 7).

Toiseksi tutkin implisiittisiä lukijaviittauksia analysoimalla tekstien sisäislukijaa. Sisäislukijan jäljille pääsee tarkastelemalla ”ominaisuuksia, joita teksti lukijaltaan edellyttää” (Alanko 2001, 220). Tällaisia ominaisuuksia ovat muun muassa ikä, koulutustaso (Hosiaislouma 2016, 845), kielitaito, kulttuuritausta (Tammi 1992, 117), elämäntyyli, kiinnostuksenkohteet tai sosiaaliset valmiudet (Harju 2010, 76). Tarkastelen, millaisia taustatietoja tekstit lukijaltaan mahdollisesti edellyttävät tai millaisia arvoja, asenteita tai maailmankuvaa tekstit edellyttävät lukijoilta.

Analysoin ja pohdin myös, ilmeneekö teksteistä sinä-asennetta, joka on markkinointi- ja yritysviestinnässä kehitetty menetelmä lukijan huomioimiseen. Sinä-asenne perustuu siihen, että kirjoittajat asettavat itsensä lukijoiden asemaan ja sovittavat viestinsä heidän tarpeisiinsa. (Jameson 2004a.) Tarkastelen sinä-asennetta analysoimalla puhuttelu- ja verbimuotoja sekä pohtimalla, kuinka hyvin lukijoiden tarpeet on huomioitu.

Tutkielmani koostuu 7 luvusta. Taustoitan tutkimustani käsittelemällä kansallispuistojen verkkosivujen tekstilajia, sillä tekstilaji voi vaikuttaa lukijaviittauksiin tekstissä. Oletukseni on, että verkkosivut ovat hybridiluonteinen yhdistelmä viranomais- ja matkailuviestintää. Sen vuoksi käsittelen luvussa 2 virkakieltä ja matkailun kieltä. Luvussa 3 esittelen työkaluja, joita voi käyttää lukijan analysointiin tekstistä. Sisäislukija auttaa tekstin sisältämien lukijaoletusten analysoinnissa, ja sinä-asennetta analysoimalla voi tutkia, miten hyvin lukija on huomioitu tekstissä. Näiden teorialukujen jälkeen esittelen tutkimukseni aineiston ja menetelmän luvussa 4. Aineistoni analyysi sisältyy lukuun 5. Analyysiin perustuvia tai sen synnyttämiä pohdintoja ja päätelmiä esitän luvussa 6. Lopuksi esitän yhteenvedon ja pohdintoja koko tutkielmastani luvussa 7.

## **2 Kansallispuistojen verkkosivut tekstilajina**

Tässä luvussa taustoitan tutkimustani käsittelemällä kansallispuistojen verkkotekstien tekstilajia. Määrittelen tekstilajin käyttäen toimintaa korostavaa määritelmää, jonka mukaan ”tekstilaji on kielellisesti toteutunut sosiaalinen toimintatyyppi” (TTP 2018e). Ajattelen siis, että viranomaiset käyttävät työssään virkakieltä. Toisaalta kansallispuistot ovat myös matkailukohteita, joten oletan, että kansallispuistojen verkkosivuilla viranomaisviestintä ja matkailuviestintä kohtaavat muodostaen hybridiluonteisen tekstilajin. Sen vuoksi taustoitan tutkimustani käsittelemällä virkakielen ja matkailun kielen piirteitä.

Lukijaan suhtaudutaan eri tavoin eri teksteissä. Viranomaistekstit ovat tyypillisesti lähettäjakeskeisiä (Koskela 2005, 262–263), kun taas matkailualan teksteissä pyritään huomioimaan lukijoiden tarpeet ja odotukset (Agorni 2016, 14). Tekstilajien konventiot vaikuttavat myös siihen, miten sisäislukija, eli tekstistä ilmenevä oletettu lukija, ilmentyy tekstissä (Shore 2012, 160). Elli-Noora Virkkunen (2016, 2015) totesi asian pro gradussaan, jossa hän tutki kuntien maahanmuuttajille suunnattujen verkkotekstien näkökulmaa, sävyä ja sisäislukijaa. Kielen piirteitä analysoimalla hän havaitsi, että verkkotekstien sisäislukija saattoi olla ennemminkin viranomainen kuin sivuston varsinaiseen kohderyhmään kuuluva maahanmuuttaja. Käsittelen sisäislukijaa tarkemmin luvussa 3.

### **2.1 Viranomais- ja matkailuviestinnän yhdistelmä**

Suomalaisen määritelmän mukaan kansallispuistot ovat suuria, yli tuhannen hehtaarin laajuisia luonnonsuojelualueita. Ne perustuvat luonnonsuojelulakiin. Kansallispuistojen avulla suojellaan luontoa ja pyritään turvaamaan luonnon monimuotoisuus, mutta samalla ne ovat myös kaikille avoimia nähtävyyksiä. (Metsähallitus 2018 & 2017.) Luonnonsuojelulain mukaan ”alueella on oltava merkitystä yleisenä luonnonnähtävyytenä tai muutoin luonnontuntemuksen lisäämisen tai yleisen luonnonharrastuksen kannalta” (Luonnonsuojelulaki 1096/1996, 3. luku 11 §). Kansallispuistot ovat siis myös vierailijoita varten: niitä käydään katsomassa ja niissä virkistytään sekä opitaan uutta luonnosta. Yhdysvalloissakin tiedostetaan kansallispuistojen kaksijakoinen merkitys sekä suojele- että vierailukohteina. Saman viranomaisen tehtävänä on sekä huolehtia puistoalueiden suojelusta että tuottaa palveluita vierailijoille. (Martin 14.12.2005.)

Ylin ohjaus ja valvonta luonnonsuojeluasioissa kuuluu ympäristöministeriölle (Luonnonsuojelulaki 1096/1996, 1. luku 6 §). Suomessa kansallispuistoja hallinnoi Metsähallitus, joka on valtion liikelaitos (Metsähallitus 2015). Yhdysvalloissakin kansallispuistot ovat viranomaisten ylläpitämiä, mutta, toisin kuin Suomessa, ne eivät kuulu ympäristöministeriön, vaan sisäministeriön, alaisuuteen. Yhdysvalloissa puistoista huolehtii National Park Service. (NPS 2017a.)

Kansallispuistoissa on siis kyse valtionhallinnon tuottamista viranomaispalveluista, joten kansallispuistojen verkkosivujen tekstit ovat viranomaisviestintää. Toisaalta kansallispuistot ovat matkailukohteita, joten oletan, että verkkosivujen teksteissä perinteiseen virkakieleen sekoittuu matkailutekstien piirteitä. Kansallispuistosivustojen tekstit ovatkin kiehtova tutkimuskohde juuri hybridiluonteensa vuoksi. Anne Mäntynen ja Susanna Shore (2006) ovat todenneet tekstilajien sekoittuvan ja eri lajien rajojen hämärtyvän, minkä vuoksi yksittäistä tekstiä ei aina ole helppo luokitella tiettyyn lajiin kuuluvaksi. Interdiskursiivisuus ja hybridiys selittävät monien tekstilajien ristiriitaisia piirteitä. (mts. 283–284.) Tekstilajit eivät olekaan kiinteitä, pysyviä kaavoja, vaan niiden katsotaan olevan muuntuvia (TTP 2018e).

Oman lisänsä tutkimusaineistoni hybridiluonteeseen tuo vielä se, että analysoin verkkosivuilla julkaistuja tekstejä. Yritysten kotisivuja tutkinut Kimmo Svinhufvud (2005) toteaa verkkosivujen eroavan perinteisistä teksteistä monin tavoin. Verkkosivuja ei välttämättä lueta yhtä lineaarisesti vasemmalta oikealle ja alusta loppuun kuin perinteisiä tekstejä. Verkkotekstit perustuvatkin multilineaariseen lukemiseen, jolloin lukija voi linkin kautta siirtyä tekstistä toiseen (Helasvuo, Johansson & Tanskanen 2014, 16). Verkkosivuilla kuvituksen voidaan katsoa olevan osa tekstiä (Svinhufvud 2005), ja nykyään verkkoviestintään yhdistyy tekstin ja kuvien lisäksi myös videoita ja ääntä (Helasvuo ym. 2014, 12). Svinhufvudin (2005) mukaan kotisivua voisi verrata lehden etusivuun tai sisällysluetteloon, tai kotisivujen voisi katsoa olevan kokonaan uusi tekstilaji. Kuvilla ja muulla multimodaalisella sisällöllä on tärkeä asema verkkosivuilla, mutta rajaan silti oman tutkimukseni koskemaan pääasiassa tekstiä – vaikka esitän joitakin huomioita myös kuvista. Seuraavaksi käsittelen tarkemmin virkakieltä ja matkailun kieltä, joista oletan tutkimieni verkkosivujen tekstien koostuvan. Keskityn kielen piirteisiin, jotka liittyvät jollakin tavalla lukijaan.

## 2.2 Virkakieli ja lukija

Virkakieli tarkoittaa virkatehtävissä käytettävää kieltä (Kotus s. d. c). Koska kansallispuistot ovat julkinen palvelu, ovat myös niiden verkkosivut valtionhallinnon alaisten organisaatioiden ylläpitämiä. Näin ollen voidaan katsoa, että kyseisissä verkkoteksteissä käytetään virkakieltä. Suomessa viranomaisien, kuten valtion viranomaisien ja itsenäisten julkisoikeudellisten laitosten, toimintaa säätelee muun muassa hallintolaki. Siinä käsitellään myös virkakieltä. Lain 9. pykälä on otsikoitu *Hyvän kielenkäytön vaatimus*, ja sen mukaan ”viranomaisen on käytettävä asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä” (Hallintolaki 434/2003, 2. luku 9 §).

Asiallisuus liittyy tekstin sävyyn, eli esimerkiksi siihen, vaikuttaako teksti kohteliaalta vai määräilevältä (Tiililä 2015). Asiallisuus ja kohteliaisuus eivät ole yksiselitteisiä, vaan ne koetaan kovin subjektiivisesti. Jonkun mielestä kohtelias ilmaus voi toisesta tuntua tylältä tai holhoavalta. Lukijan arvostusta voi yhdessä tilanteessa osoittaa kunnioittavalla etäisyydellä, toisessa taas tuttavallisella läheisyydellä. (Korhonen 2010.) Kielen selkeys liittyy näkemiseen, eli muun muassa siihen, että tekstin osat ovat helposti hahmotettavia. Näin lukija löytää olennaiset asiat helpommin. Ymmärrettävyys liittyy ajatteluun. Tekstissä pysytään lukijalle tutussa maailmassa esimerkiksi sanavalintojen avulla tai lukija johdatetaan uuteen. Kirjoittajan ajatusketjut ja päättely ovat esillä. (Tiililä 2015.) Kaikessa tässä on loppujen lopuksi kyse lukijan huomioimisesta.

Viranomais- ja yritysviestinnän selkeyttä ja ymmärrettävyyttä korostetaan myös Yhdysvalloissa. Siellä käytetään selkeästä kielestä käsitettä *plain English*, joka on ollut käytössä jo 1990-luvulla (Bailey 1996). Lakisääteisesti selkeyttä ja ymmärrettävyyttä vaaditaan esimerkiksi sairausvakuutusyhtiöiden teksteiltä. Vuonna 2012 voimaan tulleen säädöksen mukaan vakuutusyhtiöiden on tarjottava kuluttajille lyhyt ja ymmärrettävä tiivistelmä sairausvakuutuksen tarjoamasta vakuutusturvasta ja eduista. Selkeä ja johdonmukainen tiivistelmä helpottaa vakuutusten vertailua. (APHA 2012.) Kansallispuistoja hallinnoiva National Park Service (NPS) tekee kansallispuistojen luonnontilaa ja luonnonvaroja koskevia raportteja, joissa se lupaa esittää monimutkaiset tiedot selkeästi ja yksinkertaisesti (NPS 2017b).

### 2.2.1 Virkakielen piirteitä

Yleistäen voidaan todeta, että suomalaisessa virkakielessä ei ole tapana käyttää suoria kieltoja, avoimia käskyjä tai aitoja kysymyksiä (Heikkinen 2000, 325). Katariina Iisan (1997)

mukaan viranomainen on usein vallankäyttäjän asemassa, ja siksi virkakielessä tulisi kiinnittää erityisen paljon huomiota asiakasystävällisyyteen ja kohteliaisuuteen. Jos viranomainen vielä korostaa vallankäyttäjä-asemaansa käyttämällä alistavaa ja määräilevää kieltä, tekstin lukija todennäköisesti loukkaantuu. Valtasuhteet ilmenevät kehotuksissa ja kysymyksissä, ja niissä liika tuttavallisuus tai muodollisuus huomataan helposti (Korhonen 2010). Suomalaisen kohteliaan viestinnän peruseriaatteisiin kuuluu lukijan itsenäisyyden kunnioittaminen. ”Lukijan itsenäisyyttä ei kunnioiteta, jos esimerkiksi käsketään suoraan, eikä etenäkään silloin, jos käskyä ei perustella.” (Iisa 1997.)

Vaikka suoraa käskyä pidetään usein epäkohteliaana ja sen käyttöä virkakielessä vältetään, Virkkusen (2015, 74; 2016) mielestä imperatiivi ei ole asiakasviestinnässä uhka. Hän muistuttaa, että ohjailu on lukijan edun mukaista. Lisäksi lukijaan viittaaminen kiertoilmauksin suoran 2. persoonan puhuttelun sijaan voi olla ylikorrektia kielenkäyttöä. Liiallinen korrektius johtaa ohipuhumiseen, eikä lukija välttämättä tunnista, että hänelle puhutaan. (Virkkunen 2015, 74.) Myös Kotimaisten kielten keskus (Kotus s. d. a) kannustaa viranomaisia imperatiivin käyttöön: ”Kun ohjeen mukainen toiminta on selvästi oman edun ja tavoitteen mukaista, imperatiivi ei vaikuta tyylyltä tai määräilevältä. Se sopii siksi myös virkateksteihin.” Tässä voi olla nähtävissä muutos kohteliaisuuskäsityksissä. Imperatiivia on aiemmin saatettu pitää epäkohteliaana, mutta nykyään siihen suhtaudutaan lievemmin.

Viranomaisviestinnässä keskitytään yleensä asiaan, ei asiassa toimiviin henkilöihin (Koskela 2006, 120). Tekijää voi häivyttää esimerkiksi passiivimuodoilla (TTP 2018c). Passiivin käyttö onkin ominaista muodolliselle tyyliä (Heikkinen, Lauerma & Tiililä 2012, 262; Bailey 1996, 7). Virkkusen (2015, 49) mukaan passiivin käyttö luo tekstiin muodollista sävyä ja viranomaiskeskeisen näkökulman. Hän tutki kuntien maahanmuuttajille suunnattuja verkkosivuja ja havaitsi, että passiivia sisältävän tekstin sisäislukijaksi muodostui usein jokin toinen taho kuin tekstin nimettyyn kohderyhmään kuuluva lukija.

Passiivilauseiden tapaan tekijä jää avoimeksi myös nollapersoonalauseissa, joissa tekijäksi voi samaistua kuka tahansa. Passiivi- ja nollapersoonarakenteissa ei ole subjektia, vaan tekijäviittaukset pitää tulkita asiayhteydestä (Jaakola, Töyry, Helle & Onikki-Rantajääskö 2014, 650; Laitinen 1995). Nollapersoonaa käytetään esimerkiksi seuraavassa virkkeessä: Luontoa ei saa roskata. Siinä ei eksplisiittisesti ilmaista, kuka ei saa roskata luontoa, vaan vastuu osoitetaan koskemaan kaikkia ihmisiä. Nollapersoonan ja passiivin avulla puhutaan etäisesti, ei henkilökohtaisesti. Niillä voidaan välttää vastuun ilmaisemista tai suojella joko

puhujan tai kuulijan kasvoja. (Laitinen 1995, 341.) Esimerkiksi pakkoa ja välttämättömyyttä ilmaisevat nollapersoonailmaukset tarjoavat lukijalle mahdollisuuden samaistua implisiittisen subjektin paikalle, mutta ne eivät suoraan velvoita lukijaa toimimaan (Jaakola ym. 2014, 650; Laitinen 1995). Virkkusen (2015, 55) mukaan nollapersoonana ”rakentaa tulkinnanvaraista sisäislukijaa”. Periaatteessa nollapersoonalausekin voi puhutella lukijaa, koska hän voi samaistua avoimeen nollapaikkaan.

Koskelan (2006, 120) mukaan viranomaisteksteissä ”tietoa pyritään pikemminkin dokumentoimaan kuin välittämään vastaanottajalle”. Tällöin saatetaan välttää lukijan suoraa puhuttelua. Kolmannen persoonan pronominien käyttö onkin ominaista muodolliselle tyylille (Heikkinen ym. 2012, 262). Virkkusen (2015, 23) mukaan ”[l]ukijan puhuttelemisen tai puhuttelematta jättäminen vaikuttaa siihen, millaiseksi tekstin sisäislukija muodostuu.” Hänen aineistossaan (kuntien maahanmuuttajille suunnatut verkkosivut) lukijaa ei puhuteltu yhdenmukaisesti. Usein viranomaistekstejä koostetaan erilaisista vakioteksteistä. Se voi johtaa siihen, että lukijaan viitataan ”vuoroin puhutellen (teille on myönnetty), vuoroin kolmannessa persoonassa (maksetaan asiakkaan tilille), jopa samassa virkkeessä” (Tiililä 2015, 12). Tällaisessa tekstissä on sävyongelmia ja ongelmia tekstin juonen rakentumisessa (mt.). Tällöin sisäislukijakaan ei rakennu yhdenmukaisesti, vaan sisäislukijana saattaa olla vuoroin aiottu lukija, eli asiakas, vuoroin viranomainen. Toisaalta johdonmukainen suora puhuttelu 2. persoonassa ei vielä automaattisesti tarkoita, että tekstin sisäislukijaksi muodostuisi tekstin kohderyhmään kuuluva asiakas, vaan esimerkiksi sanavalinnat voivat konstruoida sisäislukijaksi viranomaisen (Virkkunen 2015, 74).

Virkakielisyyys voi näkyä tekstin rakenteiden lisäksi myös sen sisällössä, kuten termivalinnoissa ja siinä, mitä oletetaan tunnetuksi (Koskela 2006, 120). Viranomainen on perehtynyt käsittelemiään asioita koskeviin säännöksiin ja tuntee alan käsitteet, jolloin hän saattaa unohtaa sen, että asiakkaat eivät välttämättä tunne niitä. Viranomaiset eivät kuitenkaan aina käytä vaikeita asiantuntijatermejä, vaan pyrkivät nykyään huomioimaan asiakkaansa paremmin. Esimerkiksi Kelan tekstejä on lyhennetty ja ”tarvittava tieto pyydetään käyttäen arkielämässä ymmärrettäviä ilmaisuja” (Laaksonen 2011).

Kielen eri tasoilla on valittavissa erilaisia vaihtoehtoja, mutta rinnakkaisia muotoja ”ei nykyään varsinaisesti arvoteta niin, että yksi olisi automaattisesti muita parempi” (Heikkinen ym. 2012, 29). Sen sijaan pyritään ymmärtämään, milloin mitäkin muotoa käytetään ja millaisia merkityksiä tietyn muodon käyttäminen tuottaa. Ei ole kuitenkaan samantekevää,



mikä vaihtoehtoisista muodoista valitaan. Esimerkiksi vastaanottajaan voi viitata teititellen, sinutellen tai kolmatta persoonaa käyttäen, mutta ”muodot eivät ole suoraan vaihtoehtoisia” (mts. 29). Kyse ei ole vain puhuttelusta ja lukijaan viittaamisesta, vaan tekstin merkityksestä laajemmin. (mts. 29.) Kuten aiemmin mainitsin, kolmannen persoonan käyttö on tyypillistä muodollisessa tekstissä. Sinuttelu sen sijaan tuntuu tuttavallisemmalta ja luo läheisemmän suhteen tekstin tekijän, tai lähettäjän, ja vastaanottajan välille.

Olen edellä käsitellyt virkakielelle tyypillisiä piirteitä. On kuitenkin syytä huomata, ettei ole olemassa vain yhtä, tietynlaista virkakieltä. ”Virkatyössä käytettävä tai tuotettava kieli ei ole yksi ja yhtenäinen kielimuoto, joka on kuvattavissa tietynlaisina käytänteinä ja normeina.” (Heikkinen ym. 2012, 9.) Virkatekstit koostuvat usein muista teksteistä, ja niissä yhdistyy kielenkäyttötapoja ja sisältöjä eri elämänalueilta (mts. 9). Kielenkäyttötavat ovat myös muuttuneet ajan kuluessa, niin yleiskielessä kuin virkateksteissäkin (mts. 29). Viranomaisviestintä on siis muuttunut ajan myötä ja muuttuu jatkossakin (Koskela 2006, 108). Seuraavissa alaluvuissa käsittelen virkakielen muuttumista markkinaistumisen ja verkkoviestinnän myötä.

### **2.2.2 Virkakielen markkinaistuminen**

Tutkijat ovat jo 1990-luvulla havainneet ilmiön, joka on vaikuttanut lukijan asemaan virkakielessä. Tätä ilmiötä kutsutaan markkinaistumiseksi. Kielen roolia byrokratiassa tutkineet Sarangi ja Slembrouck (1996, 33–34) totesivat byrokratian kielen saaneen keskustelun piirteitä sekä vaikutteita mainoksista ja ilmoituksista. Byrokraattisen tyylin rinnalle oli tullut suostuttelevia tekstejä, joissa asioille luotiin hyväksyntää mainostyyllisin keinoin. Mainosmaailman keinoin saatettiin myös muokata mielikuvia laitoksista. Mainonnan ja markkinoinnin kieli on tyypillistä verkkoviestinnälle, ja koska viranomaisilla on nykyään verkkosivut, saattaa virkakieli muuttua myös sitä kautta (Koskela 2005, 263). Käsittelen verkkoviestinnän vaikutusta tarkemmin seuraavassa alaluvussa.

Markkinoivuuden lisääntymisen havaitsi myös Salli Kankaanpää (2006) tutkiessaan hallinnon lehdistötiedotteiden kieltä ja sen muuttumista. Hänen väitöskirjansa aineisto koostuu Helsingin kaupungin rakennusviraston lehdistötiedotteista, jotka on kirjoitettu 1970- ja 1990-luvun lopulla. Kankaanpään mukaan varsinkin tapahtumia koskevista tiedotteista on tullut avoimesti suostuttelevia (mts. 194). Tapahtumien kävijämäärällä on merkitystä, koska sen perusteella arvioidaan rakennusviraston toiminnan tuloksellisuutta. Tiedotteissa on tullut

entistä tärkeämmäksi myös viraston oman imagon parantaminen (mts. 196). Vanhoissa tiedotteissa tyypillistä oli hallinnollisen säätelyn puhetapa. Sitä esiintyi myös 1990-lopun tiedotteissa, mutta sen rinnalle oli tullut palvelun ja myymisen puhetapoja. (mts. 200.) Palvelu ja vuorovaikutus näyttivätkin korostuvan hallinnon tiedotuksessa. Ohjailua esiintyi edelleen, mutta sen sävy oli muuttunut suostuttelevammaksi. Suora ohjaileva vuorovaikutus oli lisääntynyt, mikä viittasi tiedotteiden kielen markkinaistumiseen. (mts. 195.)

Kansaneläkelaitoksen perusturvaesitettä pro gradu -tutkielmassaan tutkinut Suvi-Sanna Salomaa (2014, 109) toteaa markkinaistumisen näkyvän konkreettisesti institutionaalisen genren tekstissä sinuttelun käyttönä. Persoonaviittauksia on aiemmin saatettu välttää ja käyttää sen sijaan nollapersoonaa tai passiivia, sillä se on ollut kohteliaisuusstrategia suomen kielessä (Hakulinen 2001, 208). Nykyään esimerkiksi Kela on siirtynyt sinutteluun verkkoteksteissään ja uudistetuissa asiakaskirjeissään (Laaksonen 2011). Salomaa (2014, 23) tutkimassa Kelan perusturvaesitteessä lukijaan viitattiin yksikön 2. persoonamuodolla useammin kuin yksikön 3. persoonamuodolla, nollapersoonarakenteella tai passiivimuodolla. Kelan tekstien puhuttelumuotoja on tutkinut myös Eveliina Tolvanen (2016), joka analysoi eläkeasioista kertovia verkkotekstejä. Myös hän havaitsi, että lukijaan viitattiin useimmin yksikön 2. persoonan muodoin.

### **2.2.3 Verkkoviestinnän vaikutus virkakieleen**

Merja Koskela on tutkinut verkkoviestinnän vaikutusta veroviranomaisten kieleen. Hänen mukaansa verohallinnon verkkosivusto koostuu erilaisista aineksista: Sivuston muoto edustaa verkkoviestintää, ja sisältö edustaa viranomaisviestintää (Koskela 2006, 111 ja 2005, 261). Sivuston kieli kuitenkin ”heijastaa molempia, mistä johtuukin, että verkkosivujen kieli voi olla varsin heterogeenista” (Koskela 2006, 111). Verkkosivut ovat viestintäväline, jonka ”ensisijainen käyttötarkoitus on muu kuin viranomaisten viestien välittäminen kansalaisille” (mts. 108). Verkkosivusto laaditaan verkkoviestinnän ehdoilla, mikä näkyy teksteissä verkolle tyypillisinä tapoina esittää asioita (mts. 109, 111). Tästä esimerkkinä voisivat olla pyrkimys lyhyeen ja selkeään ilmaisuun tai linkit ja niissä käytetyt suorat puhuttelut, kuten *Lue lisää*.

Koskela käyttää termejä *vastaanottajakeskeisyys* ja *lähettäjäkeskeisyys*. Vastaanottajakeskeinen teksti on selkeää ja helposti ymmärrettävää, ja se ottaa huomioon lukijan tarpeet ja odotukset. Lähettäjäkeskeinen teksti sen sijaan dokumentoi tietoa ennemmin kuin välittää sitä. Lähettäjäkeskeisyys on tyypillistä viranomaisviestinnälle, kun taas vastaanottajakeskeisyys

”on tyypillistä mainonnan ja markkinoinnin kielelle ja siten myös monien nettisivujen kielelle”. (Koskela 2005, 262–263.) Eniten muutospaineita viranomaisviestintään aiheuttaa se, että verkkoviestinnässä korostuu nimenomaan vastaanottajan huomiointi (Koskela 2006, 122).

Lisäksi Koskela (2006, 123) havaitsi, että viranomaisviestintä ei ole muuttunut verkkoviestinnän kaltaiseksi, vaan kyse on ”viranomaisten verkkoviestinnän ominaislaadun löytämisestä kahden ääripään välimaastosta.” Hänen mukaansa kaikilta sivuilta löytyy verkkoviestinnän piirteitä ja ominaisuuksia, mutta myös jälkiä viranomaisviestinnästä ja virkakielestä. Lukijan puhuttelusta Koskela (2005, 266 ja 269) toteaa, että ”tavat vaihtelevat verohallinnon sivustolla ilman selkeää johdonmukaista linjaa.” Eniten käytetään sinuttelua, mutta teksteissä on myös teitittelyä sekä puhuttelun välttämistä passiivin ja nollapersoonan avulla. Koskela on havainnut myös, että mitä syvemmälle alasivuille verohallinnon sivustolla edetään, ”sitä vähemmän käytetään suoraa puhuttelua ja enemmän passiivia ja kolmatta persoonaa”. Hän epäilee yhdenmukaisen puhuttelumuodon puuttumisen olevan seurausta siitä, että verohallinnon sivustoilla viranomaisviestintä kohtaa verkkoviestinnän.

Viranomaisilla on ollut verkkosivustoja jo vuosia tai vuosikymmeniä, ja niitä on ehditty tutkia. Koskela (2005 ja 2006) tutki Verohallinnon verkkosivustoa yli 10 vuotta sitten. Uudempi kehityssuunta on johdattanut viranomaiset käyttämään myös sosiaalista mediaa. Onhan viranomaisten hyvä olla läsnä siellä, missä kansalaisetkin ovat (Pylväs & Hokkanen 2015, 17). Esimerkiksi Verohallinto ja poliisi ovat nykyään Facebookissa, Youtubessa, Twitterissä ja Instagramissa. Näitä some-kanavia käyttää myös Metsähallituksen luontopalvelut. Kaikilla Suomen kansallispuistoilla on Facebook-tili, ja Pallas-Yllästunturin kansallispuisto on myös Twitterissä. Denalin kansallispuisto on Facebookissa, Youtubessa, Twitterissä, Instagramissa ja Flickrissä. Kuten muukin verkkoviestintä, myös sosiaalinen media vaikuttanee viranomaisten kielenkäyttöön. Some-viestinnässä viranomaiset voivat pyrkiä pois esimerkiksi kapulakielisyydestä ja viranomaisiin helposti liitetystä harmaasta vaikutelmasta (Pylväs & Hokkanen 2015, 17; Kotus s. d. b).

## **2.3 Matkailun kieli ja lukija**

Kansallispuistot ovat viranomaisten ylläpitämiä suojelualueita, mutta samalla ne ovat myös luontomatkailukohteita, joten on perusteltua tarkastella niiden verkkosivujen tekstejä myös matkailutekstien piirteiden avulla. Käsittelenkin seuraavaksi matkailun kieltä ja sille tyypillisiä piirteitä. Esitän myös joitakin erityisesti luontomatkailuun liittyviä piirteitä.

Useat tutkijat pitävät matkailun kieltä erillisenä kielimuotona, tai erikoiskielenä (Agorni 2016 & 2012; Dann 1996; Durán Muñoz 2012), vaikka sitä käytetään hyvin monissa yhteyksissä (Agorni 2016; Dann 1996). Matkailualan toimijoiden kirjo on laaja: matkailun kieltä käyttävät muun muassa matkatoimistot, turisti-infot, matkanjärjestäjät, matkaoppaat, majoituksen tarjoajat, ravintolat ja kustantajat (Agorni 2016, 14). Näin ollen tekstien sisältö ja aihe voivat vaihdella paljonkin, eikä yleisökään ole homogeeninen. (Agorni 2016; Dann 1996).

Kaikille matkailun kielen lajeille yhteinen piirre on suostuttelu (Dann 1996). Matkailualan tekstejä tutkineen Mirella Agornin (2016) mukaan jopa opaskirjat ja esitteet ovat matkailualalla voimakkaasti suostuttelevia, vaikka ne muulloin ovat pääosin informatiivisia tai kuvailevia. Matkailualan teksteissä pyritään huomioimaan lukijoiden tarpeet ja odotukset. Keinoina voidaan käyttää esimerkiksi lukijan huomiointia tai suostuttelutekniikoita. (mts. 14.) Mainosmaista tyyliä käytetään, kun potentiaalisia asiakkaita houkutellaan tulemaan, näkemään ja käyttämään rahaa. Tällöin kieli on avainasemassa. (Dann 1996, 2; Pavlíčková & Rázusová 2013.)

Toisaalta lukijan suostuttelu ei ilmene aina yhtä voimakkaasti, vaan voi olla sidoksissa kulttuuriin. Elena Manca (2016) tutki kulttuurieroja matkailuteksteissä vertailemalla eri maiden (Italia, Ranska, Saksa ja Uusi-Seelanti) virallisia matkailusivustoja ja havaitsi, että joissakin maissa lukijoita houkutellaan toimimaan välittömästi, kun taas toisissa heille annetaan ensin aikaa tai ei houkutella lainkaan. Italiaa ja Ranskaa edustavilla matkailusivustoilla luodaan ensin luottamuksellinen suhde lukijaan esittelemällä saatavilla olevat vaihtoehdot. Lukijaa ei puhutella suoraan eikä houkutella toimimaan, vaan hänen annetaan vapaasti valita. Saksa ja Uutta-Seelantia edustavilla sivustoilla sisältö on muotoa tärkeämpi ja mainonnassa painotetaan faktoja ja yksityiskohtia. Uuden-Seelannin virallisella matkailusivustolla mainonta on suoraa ja lukijoita houkutellaan toimimaan välittömästi. Saksalainen sivusto antaa lukijoille aikaa sulatella tietoa ennen kuin heidät houkutellaan hyödyntämään tarjottuja tuotteita.

Matkailun kielessä, ja erityisesti matkailumainonnassa, käytetään vertailua, huumoria ja yksilöllistämistä. Vertailun avulla saadaan vieras kohde tuntumaan lukijasta tutummalta. Huumorin avulla puolestaan herätetään lukijan mielenkiinto. Yksilöllistäminen saa lukijan kokemaan, että matkailuteksti olisi suunnattu juuri hänelle. Yksilöllistämisessä käytetään keskustelemaa tyyliä, lukijalle suunnattuja kysymyksiä ja 2. persoonan pronomineja. Lisäksi

matkailun kielessä käytetään arvottamista, joka tehdään usein superlatiivien avulla. (Dann 1996.) Superlatiiveja esiintyykin paljon matkailuteksteissä (Durán Muñoz 2012, 337).

Luvussa 2.2.1 todettiin, että virkakielessä käytetään tyypillisesti passiivia ja vältetään imperatiivia. Matkailun kielessä puolestaan imperatiivimuodot ovat yleisesti käytössä. Imperatiivimuotojen avulla kannustetaan matkailijaa hyödyntämään tarjolla olevia mahdollisuuksia. (Durán Muñoz 2012, 337.) Passiivia käytetään virkakielessä usein tekijän häivyttämiseen, mutta samaa esiintyy myös matkailun kielessä, Dannin (1996, 244–245) mukaan ainakin luontomatkailun kielessä. Dann esittää kaksi katkelmaa luontomatkailuteksteistä, joissa puhutaan kansallispuistoista. Kun niitä katsoo pintaa syvemmälle, herää kysymys, ketkä tai mikä taho kansallispuistot on perustanut. Vaikka toimijat jäävät piiloon, on teksteissä nähtävissä taustalla vaikuttavia intressejä. (mt.)

Matkailun kielessä esiintyy erityisen paljon kulttuurisidonnaisia ilmaisuja (Agorni 2016, 16; Durán Muñoz 2012, 337), eli realioita (TTP 2018d). Ne ovat tietyille kulttuurille ominaisia ilmaisuja tai kulttuuripiirteitä, jotka kuvastavat kohteita tietystä historiallisesta, maantieteellisestä tai sosiaalisesta näkökulmasta. (Agorni 2016, 16.) Kulttuurisidonnaiset ilmaisut aiheuttavat erityisiä haasteita matkailutekstien kääntämisessä (Agorni 2016). Kääntäjät joutuvatkin muokkaamaan matkailutekstejä, jotta kommunikaatio toimisi. Tekstin tulee olla riittävän saavutettavissa kohdeyleisölle, eli se ei saa sisältää liian paljon vieraita aineksia, mutta toisaalta tekstin tulee olla myös riittävän kiinnostava, joten siinä on hyvä olla myös jotakin lukijoille vierasta. (mts. 23.) Matkailumainonnassa äärimmäinen tavoite on tehdä potentiaalisesta asiakkaasta todellinen asiakas. Tällöin on tärkeää, että tekstin funktio säilyy ja teksti saavuttaa tavoitteensa myös tulokulttuurissa. (Sulaiman 2016, 30.)

Matkailun kielessä on myös piirteitä, jotka liittyvät enemmän tekstien lukijaoletuksiin kuin näkyvämpiin lukijaviittauksiin. Matkailijat etsivät eksotiikkaa (Thurlow & Jaworski 2011, 1), joten matkailutekstien sisäislukijaa kiehtovat vierauden tuntu ja uudet kokemukset. Uuden ja eksoottisen etsintä näkyy matkailun kielessä, erityisesti ihmisten ja paikkojen kuvauksissa. Kuvailevat adjektiivit, kuten *värikäs*, *koskematon* ja *kiehtova* luovat mielikuvaa matkakohteen eksoottisuudesta. (Dann 1996, 12–17; Pavlíčková & Rázusová 2013.) Adjektiivien avulla ei haeta ainoastaan vaikutelmaa jostakin eksoottisesta, vaan myös kauniista ja erikoislaatuista. Matkailuteksteissä käytetään tyypillisesti paljon positiivisia adjektiiveja. (Durán Muñoz 2012, 337.) Lisäksi matkailijat etsivät autenttisuutta, aitoutta (Thurlow & Jaworski 2011, 1), joka tuodaan matkailualan teksteissä eksplisiittisesti esiin. Nähtävyyksiä kuvataan tyypillisiksi,

aidoiksi ja alkuperäisiksi, vaikka todellisuudessa vierasta kulttuuria on manipuloitu ja kaupallistettu matkailijoiden tarpeisiin. (Dann 1996, 6–11; Pavlíčková & Rázusová 2013.)

Luontomatkailussa on kyse henkilökohtaisesta luontokokemuksesta (Dann 1996), minkä voi olettaa näkyvän aineistoni lukijaoletuksissa. Dannin mukaan luontomatkailija irtautuu massaturismista. Hän ei kulje laumassa, vaan ennemmin vaeltaa ja kiipeilee. Hän ikään kuin kohoaa väkijoukosta ja muuntautuu jumalaiseksi olennoiksi vuoren huipulle. (mts. 242). Luontomatkailussa korostuu omatoimisuus myös Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) vuonna 2010 tekemän kansainvälisen luontomatkailututkimuksen mukaan. Noin 60 % vastaajista suosi joko täysin omatoimisia matkoja tai valmiiseen ohjelmaan perustuvia omatoimimatkoja. (MEK 2010.)

Luontoa harvoin tarjotaan asiakkaille sellaisenaan, villinä, vaan mieluummin esitetään kesytetty versio. Ekomatkailijoitakaan ei välttämättä houkuta luonto sellaisenaan, vaan mainoksissa jätetään mainitsematta rankkasateet, myrkkykäärmeet, torakat ja muut epämukavuudet. Luonto esitetäänkin usein paratiisina. (Dann 1996, 247–248.) Luonnosta tulee houkutteleva, kun keskitytään ylistämään sen kauneutta ja hiljaisuutta.

### 3 Keinoja lukijan analysointiin ja huomiointiin

Lukija voi näkyä teksteissä suoraan esimerkiksi puhuttelumuodoissa. Toisaalta tekstit sisältävät myös piilevämpiä viittauksia lukijaan sekä erilaisia oletuksia lukijan ominaisuuksista ja asenteista. Tässä luvussa käsittelen ensin sisäislukijaa, jonka avulla voidaan analysoida tekstien sisältämiä lukijaoletuksia, ja sen jälkeen sinä-asennetta, joka on yksi keino lukijan huomiointiin tekstissä.

#### 3.1 Sisäislukija

Sisäislukija tarkoittaa tekstiin sisään rakennettua lukijapositiona, hypoteettista lukijahahmoa. Kyse ei ole tekstin todellisista lukijoista, vaan siitä, millaiselle lukijakunnalle teksti on suunnattu tai millaisen lukijakuva tekstistä voi löytää tutkimuksen keinoin. (Hosiaislouma 2016, 845; Suojanen ym. 2012, 57–62.) Sisäislukija on löydettävissä tekstintutkimuksen keinoin, sillä ”sisäislukija rakentuu pelkän tekstin varassa ja on hahmotettavissa ainoastaan tekstin pohjalta” (Hosiaislouma 2016, 845).

Sisäislukija ei ole todellinen henkilö, vaan ”pikemminkin joukko ominaisuuksia, joita teksti lukijaltaan edellyttää” (Alanko 2001, 220). Tällaisia ominaisuuksia ovat ainakin ”tekstin edellyttämä kielitaito, kulttuuritausta ja kirjallinen kompetenssi, joiden voi katsoa olevan välttämättömiä lukemisen onnistumiselle” (Tammi 1992, 117). Ominaisuudet voivat liittyä ikään ja koulutustasoon (Hosiaislouma 2016, 845), tai huumorintajuun, elämäntyyliin, kiinnostuksenkohteisiin tai sosiaalisiin valmiuksiin (Harju 2010, 76). Kovinkaan moni ulkomailta tuleva matkailija ei pystyisi lukemaan suomalaisen kansallispuiston verkkosivuston tekstejä, ellei niitä olisi käännetty muille kielille. Sivustolla saatetaan mainita jokamiehenoikeudet tai kuivakäymälä, joita pitää ehkä selittää ei-suomalaisille lukijoille. Kaunokirjalliset tekstit puolestaan voivat sisältää vaikeita viittauksia, jotka edellyttävät pohjatietoja lukijalta. Erikoisalojen teksteissä, kuten teknisissä tuotespesifikaatioissa tai lääketieteen teksteissä, voi olla terminologiaa, joka edellyttää lukijalta kyseisen alan tuntemusta.

Lukijan ominaisuuksien lisäksi sisäislukija heijastaa tekstistä ilmeneviä arvoja ja asenteita (Jaakola 2014, 641). Sisäislukija ei siis välttämättä ilmene tekstistä eksplisiittisesti, vaan tekstistä voi olla luettavissa hienovaraisia vihjeitä luonteenlaaduista ja arvoista (Jameson 2004a, 232). Kansallispuistoja käsittelevästä tekstistä saattaisi löytyä esimerkiksi vihjeitä

luonnonsuojelusta ja sen tärkeydestä. Kansallispuistosivuston sisäislukija luultavasti arvostaa puhdasta ja koskematonta luontoa.

Umberto Eco (1979, 7–8) mukaan kaikki tekstit antavat jonkinlaisia viitteitä sisäislukijasta. Tekstiin on valittu tietty kieli sekä tietty kirjallinen tyyli, minkä lisäksi teksti sisältää viitteitä tiettyyn erikoistumiseen. Jotkut tekstit tarjoavat nimenomaisesti tietoa siitä, millaisia lukijoita ne edellyttävät. Esimerkiksi lastenkirjat vetoavat lapsiin suoraan, tai joskus vastaanottajat on nimetty erikseen. Monissa teksteissä sisäislukija ilmenee niiden edellyttämästä tietotasosta. Eco (mt.) mukaan hyvin rakennettu teksti toisaalta edellyttää lukijalta tekstinulkoista tietotasoa, mutta toisaalta myös rakentaa tekstuaalisin keinoin tietotasoa, jota lukemisen onnistumiseksi edellytetään. Eco tavoin myös Tammi (1992, 117) toteaa, että ”jokainen teksti ’sisältää’ oletetun lukijan, samoin kuin se sisältää tekijän, sillä – riippumatta siitä kuka todellisuudessa lukee – teksti ennakoii aina määrättyä lukemiskykyä.” Jamesonin (2004b) mukaan lukemistapahtuma on samanlainen, olipa kyseessä kaunokirjallinen teos tai liike-elämän teksti. Lukijat ovat aina vuorovaikutuksessa tekstin kanssa, tiedostavat kirjoittajan sanojen taustalla ja osallistuvat merkityksen luomiseen. (mts. 388–389.)

Sisäislukijan käsite on kehitetty kirjallisuustieteessä, jossa strukturalismin myötä alettiin korostaa tekstin rakennetta. Yksittäistä lukijaa ei pidetty enää tärkeänä, vaan lukemista alettiin tarkastella ”tekstin sisäisenä ilmiönä, jota teksti itse ohjaa”. (Alanko 2001, 216.) Sisäislukijakäsitteen otti käyttöön W.C. Booth vuonna 1961, ja sen kehittelyä jatkoi Wolfgang Iser (Hosiaislouma 2016, 845). Lukijaa alettiin pitää tekstin rakenteellisena kategoriana narratologian alalla (Tammi 1992, 114). Narratologia on oppiala, jossa käsitellään kerronnan muotoja, kerronnallisia rakenteita ja kertojahierarkioita.

Narratologian teoreettisia malleja on sovellettu paitsi kaunokirjallisuuteen myös fiktiiviseen aineistoon, esimerkiksi journalistisiin teksteihin. (Hosiaislouma 2016, 629–630, TTP 2018b.) Aro (1999) puolestaan yhdistää narratologian käsitteitä, joihin siis sisäislukijakin lukeutuu, tieteellisten tekstien sisältämien kommunikaatiosuhteiden analysoimiseen. Jameson (2004) soveltaa sisäislukijaa yritysmaailman tekstien analysointiin. Myös Iisan (1997) mukaan työelämän viestinnässä voidaan käyttää tehokkeinona tekstiin kirjoittautuvia hahmoja.

Virkkunen (2015) on käyttänyt pro gradu -tutkielmassaan sisäislukijaa yhtenä keinona selvittää, millainen lukija hänen tutkiemiinsa verkkoteksteihin rakentuu. Hänen aineistonsa koostuu Suomen kuuden suurimman kunnan verkkosivustoilla olevista maahanmuuttajille



suunnatuista sivuista, joiden teksteistä hän on tutkinut kielellisiä rakenteita ja kielen piirteitä. Niiden kautta hän on selvittänyt tekstin näkökulmaa ja sävyä sekä tekstien sisäislukijaa. Vaikka tekstit on lähtökohtaisesti suunnattu maahanmuuttajille, usein ”tekstit puhuvat enemmänkin viranomaiselta toiselle” (Virkkunen 2016).

Journalististen tekstien sisäislukijaa ovat tutkineet muun muassa Jaakola, Töyry, Helle ja Onikki-Rantajääskö (2014), jotka käyttävät sisäislukijaan (*implied reader*) perustuvia termejä *mallilukija* (*model reader*) ja *tekstiin konstruoitu lukija* (*construed reader*). Journalismissa mallilukija on kuvitteellinen henkilö, jolle toimitus kohdistaa julkaisemansa sisällöt. Tekstiin konstruoitu lukija taas on kielitieteellisin keinoin tutkittu abstraktio. (mts. 641.) Kaikessa kielenkäytössä on taustalla jokin näkökulma. Se on Jaakolan ym. mielestä paras tapa tutkia sisäislukijalle tarjottuja arvoja ja ideologioita. Näkökulmaan vaikuttaa se, mitä on eksplisiittisesti ilmaistu ja mikä jää enemmän piiloon. (mts. 649.) Jaakolan ym. tutkimusaineistona oli *Mielenterveys*-lehti, jossa huomionarvoista oli vastuullisten toimijoiden implisiittisyys. Tekstit antoivat viitteitä sosiaalisesti tiedostavasta sisäislukijasta, jolta ei kuitenkaan vaadittu juurikaan toimintaa. (mts. 651.) Jaakola ym. tutkivat tekstien näkökulmaa myös semanttisten roolien ja subjekti-/objektirakenteiden avulla, jotka paljastivat asiakkaiden alemman aseman valtahierarkiassa. (mts. 649–650.) Lisäksi tutkimuksessa tarkasteltiin ammattikielen ja termien käyttöä ja sitä, oliko termejä selitetty. Jotkut termit voivat olla ymmärrettäviä maallikollekin, mutta niiden epätarkka käyttö voi hämmentää ammattilaislukijaa, esimerkiksi *varhainen puuttuminen* voi viitata ammattilaisten toimenpiteisiin tai tavallisten ihmisten päivittäiseen huomiointiin. (mts. 645–649.)

Käännöstieteessä narratologian teorioita ja käsitteitä on alettu hyödyntää toden teolla vasta viime vuosikymmeninä (Bernaerts, De Bleeker & De Wilde 2014). Yksi uranuurtajista oli Theo Hermans (1996), joka on pohtinut, mitä sisäislukijalle tapahtuu käännöksissä. Hänen mukaansa kohde- ja lähdekulttuurien eroista johtuen käännöksen sisäislukija ei ole sama kuin alkuperäistekstin sisäislukija. Tekstissä voi olla kulttuurisia tai historiallisia viittauksia, jotka ovat tunnistettavia lähdekulttuurissa, mutta eivät kohdekulttuurissa, jolloin kääntäjän on huomioitava käännöksen lukijat. Käännöksen sisäislukija on ikään kuin liimattu alkuperäisen sisäislukijan päälle. Käännöksessä molemmat sisäislukijat ovat läsnä, ja joskus tekstiin voi syntyä ristiriitoja, jos kääntäjä huomioi nämä sisäislukijat eri tavoin eri kohdissa. Käännöksissä onkin läsnä paitsi sisäislukija myös sisäiskääntäjä (*implied translator*).

Viime vuosina käännöstieteessä on tutkittu muun muassa sitä, miten narratiivit muuttuvat käännettäessä (Bernaerts ym. 2014, 207). Narratiiveilla tarkoitetaan kertomuksen tai tapahtumien tekstissä muodostamia kokonaisuuksia (TTP 2018a), mutta käännöstieteen nykytutkimuksessa käsitettä käytetään myös laajemmassa merkityksessä. Mona Bakerin (2016) mukaan narratiivit liittyvät siihen, miten koemme maailman, sillä ihmismieli rakentaa kaikesta narratiivin. Narratiivit ovat dynaamisia, eli jatkuvassa muutoksessa, ja kaikki kommunikaatio pohjautuu niihin (Baker 2006, 3, 9). Baker on kehittänyt narratiivisen analyysin menetelmän, jota voidaan soveltaa kaunokirjallisuuden lisäksi esimerkiksi uutisreportaaseihin tai poliittisiin puheisiin. Narratiivista teoriaa on hyödyntänyt muun muassa Sue-Ann Harding (2012) tutkiessaan Beslanin koulukaappauksen venäjän- ja englanninkielistä raportointia kolmella eri verkkosivustolla.

Narratologiasta teoriaa ovat viime vuosina hyödyntäneet myös Tytti Suojanen, Kaisa Koskinen ja Tiina Tuominen (2015, 2012), jotka ovat yhdistäneet sitä käytettävyydestutkimukseen. Suojanen ym. ovat kehittäneet käyttäjäkeskeisen kääntämisen mallin, joka tarjoaa kääntäjille työkaluja vastaanottajan huomiointiin ja käännösten laadun varmistukseen. Sisäislukija on yksi malliin kuuluvista menetelmistä. Sen avulla kääntäjä voi analysoida lähtötekstin kohdeyleisöä ja pohtia, eroaako se tulotekstin kohdeyleisöstä. Kääntäjän tulisi aina arvioida käännöksen oletettuja vastaanottajia ja heidän odotuksiaan. Nämä arviot vaikuttavat kääntäjän ratkaisuihin ja siihen, millaisen sisäislukijan kääntäjä itse tuottaa käännösprosessissa. (Suojanen ym. 2015, 61–66; 2012, 58–60.)

Narratologiasta peräisin oleva *sisäislukija* ei ole ainoa termi, jonka avulla kuvataan ja tutkitaan tekstien sisältämiä lukijaoletuksia. Maija Töyry (2008) on käyttänyt termiä *lukijapaikka* tutkiessaan naistenlehtiä. Sitä on käytetty myös pro gradu -tutkielmissa. Anna Sakki (2015) on tutkinut kolumnin lukijapaikan konstruointia keskittyen erityisesti kysymysrakenteisiin ja persoonanvaihteluun. Salla Salokanto (2017) on mennyt askeleen pidemmälle pro gradussaan ja tutkinut, miten kommentoijat suhtautuvat blogien lukijapaikkoihin. Hän määrittelee lukijapaikan seuraavasti: ”Lukijapaikka on tekstiin rajautuva vastaanottajan tila, jota rajaavat tekstin vastaanottajaan suuntautuvat oletukset.” Kuten edellä mainitsin, journalismissa käytetään termiä *mallilukija*. Se tarkoittaa kuvitteellista henkilöä, jolle toimitus kohdistaa julkaisemansa sisällöt. Myös Eco (1979) käyttää termiä *mallilukija*, mutta se vastaa Iserin kehittämää *sisäislukijaa*, tai *implisiittistä lukijaa*. Joskus ”Iser käyttää myös *fenomenologisen lukijan* käsitettä korostaakseen teoksen muodostumista

lukijan tietoisuudessa” (Alanko 2001, 226). Sisäislukijasta on käytetty myös termejä *putative reader* (Martin & White 2005, 95) ja *reader-in-the-text* (Thompson 2012) (Jaakola ym. 2014, 643). Tammi (1992, 118) lisää luetteloon vielä *auktoriaalisen lukijan* ja *(tekstiin) koodatun lukijan*. *Tekstiin koodattu lukija* vaikuttaa samalta kuin Jaakolan ym. (2014) käyttämä *tekstiin konstruoitu lukija*. Lähellä journalismin mallilukijan käsitettä on *ihannelukija*, eli ”lukijahahmo, joka ymmärtää täysin tekijän pyrkimykset ja reagoi hänen toivomallaan tavalla” (Hosiaislouma 2016, 344).

Sisäislukijan lisäksi tekstintutkimuksen keinoin voidaan löytää *sisäistekijä*. Sisäislukija voidaanakin määritellä myös vastaanottajaksi, ”jolle sisäistekijän tulkitaan osoittavan kertomuksensa” (Hosiaislouma 2016, 845). Alangon (2001, 218) mukaan sisäistekijä ja -lukija ovat eräänlaisia toistensa peilikuvia, joita ei voi määritellä ilman, että määrittelee samalla toisen. Tammen (1992) mukaan sisäistekijä-käsite on tarpeellinen, koska useinkaan emme tiedä ja tunne tekstien todellista kirjoittajaa. Voimme vain päätellä hänen ominaisuuksiaan tekstiin sisältyvien ominaisuuksien perusteella. (mts. 116.) Rimmon-Kenan (1983) muistuttaa, että tekstin todellinen kirjoittaja ja sisäistekijä eivät ole identtiset, aivan kuten sisäislukijakaan ei vastaa todellisia lukijoita. Kirjoittaja voi välittää tekstillään ajatuksia ja asenteita, joita hän ei todellisuudessa kannata (mts. 87.) Sisäistekijä löytyy, kun tutkitaan, millaista maailmankuvaa, arvoja ja asenteita teksti välittää (Alanko 2001, 218).

Sisäislukijaa voidaan tarkastella kaksijakoisesti: Iserin (1978) mukaan sisäislukija on sekä tekstiin sisäänrakennettu potentiaalinen merkitys että tämän potentiaalin aktualisoituminen lukemistapahtuman aikana (mts. xii). Näin ollen Iser viittaa sekä kirjoitus- että lukemisvaiheeseen. Jamesonin (2004b) mukaan sisäislukijaa voi tarkastella ensinnäkin niin, että se on kirjoittajan oletus ja tekstiin rakentama kuvaus sisäislukijasta (*implied reader*). Toiseksi se on lukijoiden käsitys ja tulkinta tekstin sisältämistä viittauksista lukijan ominaisuuksiin ja piirteisiin (*inferred reader*). On tärkeää erottaa toisistaan se, mitä kirjoittajat pyrkivät tekstiin luomaan ja se, mitä lukijat tekstistä tulkitsevat. Kun kirjoittajat luovat tekstiä, he ilmaisevat siinä sanojen avulla, keitä he ovat ja mikä on heidän suhteensa aiottuihin vastaanottajiin. Lukiessaan tekstiä lukijat puolestaan päättelevät, millainen henkilö tai taho heille kirjoittaa ja miten se liittyy heihin. Lukijoiden päätelmät eroavat usein siitä, mitä kirjoittajilla on ollut tavoitteena.

Sisäislukija on hyödyllinen työkalu tekstin lukijaoletusten analysointiin, mutta on silti hyvä muistaa, että sisäislukija perustuu ”arvioijan henkilökohtaiseen analyysiin tekstistä”

(Suojanen ym. 2012, 59). Käsitettä onkin kritisoitu, koska sen avulla on tehty monenkirjavia tulkintoja tekstin merkityksestä. Tutkijat ovat toisinaan käyttäneet sisäislukijaa ylentämään oman subjektiivisen lukukokemuksensa tekstin ainoaksi oikeaksi tulkinnaksi. (Schneider 2010, 482.) Sisäislukija voi kuitenkin monissa tilanteissa olla kätevä työkalu esimerkiksi kääntäjille, kuten edellä esitin Suojaseen ym. (2015, 2012) viitaten.

### 3.2 Sinä-asenne

Verkkoviestinnässä korostuu vastaanottajan huomioiminen, mikä aiheuttaa Koskelan (2006, 122) mukaan muutospaineita viranomaisviestintään. Miten sitten huomioida vastaanottajat? Sisäislukijan avulla voidaan analysoida, millaisia tekstin oletetut vastaanottajat ovat, mutta heidän huomioimiseen on olemassa myös toinen työkalu, markkinointi- ja yritysviestinnässä kehitetty sinä-asenne.

Sinä-asenne ei välttämättä tarkoita lukijan suoraa puhuttelua yksikön 2. persoonamuodossa, vaan lukijan huomioimista monin eri tavoin. Sinä-asenteessa on kyse lukijan ottamisesta aidoksi viestintäkumppaniksi. Kirjoittaja asettaa etusijalle lukijan mahdolliset huolet ja kysymykset ja rajoittaa omien huoliensa esiin tuomista. Kirjoittaja huomioi lukijat myös käyttämällä kieltä, joka vastaa heidän tietotasoaan. Sinä-asennetta voi välittää pintatason valinnoilla, kuten valitsemalla asiayhteyteen sopivan puhuttelumuodon. Sen lisäksi pronomien ja verbimuotojen valinnalla on merkitystä, samoin kuin erilaisten kohteliaisuusstrategioiden käytöllä. Taustalla puolestaan vaikuttavat kirjoittajan päätökset siitä, mitä tietoa hän ottaa mukaan tekstiinsä ja mitä jättää pois. Sinä-asenteen avulla voi välittää kunnioitusta lukijaa kohtaan. (Tuominen, Suojanen & Koskinen 2015, 241; Jameson 2004a; Suojanen 2018, 107.)

Sinä-asennetta ilmentävässä tekstissä usein puhutellaan lukijaa suoraan *sinä*-muodossa. Toisinaan sinä-asenteeseen kuuluu kuitenkin suoran puhuttelun välttäminen. Jos viestitään negatiivisia asioita, suora puhuttelu voi kuulostaa syyllistävältä. Sen sijaan voi olla perusteltua suojella vastaanottajan kasvoja käyttämällä passiivimuotoja tai muita persoonattomia ilmauksia. (Rodman 2001, 12; Rothschild Ewald 2003, 104; Shelby & Reinsch 1995, 306.) Sinä-asenteessa ei siis ole kyse tietyn pronomien käyttämisestä tai käyttämättä jättämisestä, vaan aidosta empatiasta lukijaa kohtaan (Rodman 2001, 12).

Varsinkin kääntäjien on tärkeää tiedostaa, että sinä-asenne ja sitä luovat yksittäiset keinot ovat kulttuurisidonnaisia (Tuominen ym. 2015, 241). Esimerkiksi puhuttelussa voidaan kulttuurista

riippuen käyttää sinuttelua tai teitittelyä sekä etu- tai sukunimeä. Myös siinä voi olla paljonkin eroa, kuinka suoraan asiat on tapana esittää. Kääntäjän ei pitäisi toisintaa lähtötekstin valintoja harkitsemattomasti tulotekstissä, koska seurauksena voi olla käytettävyyssongelmia (mts. 241).

Sinä-asennetta käytetään paljon yritysviestinnässä, erityisesti suostuttelevissa teksteissä, kuten mainoksissa. Niissä on soveliasta kertoa suoraan, miten lukijat hyötyvät, jos toimivat ehdotetulla tavalla. (Jameson 2004a.) Helen Rothschild Ewald ja Roberta Vann (2003) ovat tutkineet sinä-asenteen käyttöä suoramarkkinointikirjeissä. Heidän mukaansa sinä-asennetta luodaan erityisesti käyttämällä pronomineja ja positiivisia sanoja sekä korostamalla lukijoiden saamaa hyötyä. Näin pyritään saamaan lukija toimimaan halutulla tavalla. (mts. 104.)

Lähes aina kirjoittajat tietävät aiheestaan enemmän kuin lukijat ja näin ollen eivät ehkä huomaa mainita kaikkia tarpeellisia yksityiskohtia, eivät selitä asiaa riittävästi tai käyttävät liian teknisiä sanoja. Kirjoittajien olisikin syytä pitää mielessä, kenelle ja miksi ovat kirjoittamassa. Sinä-asenne perustuu siihen, että kirjoittajat asettavat itsensä lukijoiden asemaan ja sovittavat viestinsä heidän tarpeisiinsa. (Jameson 2004a.)

Toisaalta pelkkä sinä-asenne ei riitä. Jamesonin (2004a) mielestä kirjoittajan ja lukijan suhdetta liike-elämän teksteissä on analysoitava laajemmin kuin käyttämällä sinä-asennetta, joka yksinkertaistaa liiaksi kirjoittajan vaihtoehtoja. Sinä-asennetta pidetään tyypillisenä liike-elämän tekstien piirteenä, mutta aina se ei toimi. Joskus voi olla olennaista välittää kirjoittajan näkökanta. Kirjoittajalla ei myöskään aina ole riittävästi tietoa lukijan näkemyksistä. Lisäksi lukijan näkökulman painottaminen voi vaikuttaa teennäiseltä. Joskus toimivin vaihtoehto löytyy kirjoittajan ja lukijan näkökulmien välisestä tasapainosta, ja joskus taas vallitsevana tulisi olla jonkun aivan muun kuin kirjoittajan tai lukijan ääni. Parhaaseen tulokseen pääsee, kun harkitsee tarkkaan useita mahdollisia vaihtoehtoja. (mts. 228; Suojanen 2018, 108–109)

Sinä-asennetta käytetään paljon mainoksissa, mutta se soveltuu muunkin tyyppiseen yritysviestintään, jopa rutiininomaisiin tiedotteisiin (Jameson 2004a). Sitä voidaan hyödyntää myös teknisessä viestinnässä: Tytti Suojanen (2018) totesi väitöstutkimuksessaan, että sinä-asennetta on havaittavissa kodinkoneiden käyttöohjeissa. Sinä-asenteesta on oikeastaan kyse myös Koskelan käyttämässä käsitteessä *vastaanottajakeskeisyys* (ks. luku 2.2.3), jonka hän yhdistää verkkoviestintään. Verkkoviestintään siirtyminen onkin aiheuttanut viranomaisille paineita huomioida vastaanottaja entistä paremmin (Koskela 2006, 122).

Vastaanottajakeskeinen teksti on selkeää ja helposti ymmärrettävää, ja se ottaa huomioon lukijan tarpeet ja odotukset (Koskela 2005, 262–263). Selkeyttä ja ymmärrettävyyttä edellytetään nykyään viranomaisviestinnältä jopa lakisääteisesti, kuten luvussa 2.2 todettiin. Sinä-asenteen käyttöä voisikin laajentaa mainonnasta ja muusta yritysviestinnästä myös viranomaisviestintään. Sinä-asenne voi olla sopiva työkalu viranomaistekstien laatimiseen ja analysointiin.

## 4 Aineisto ja menetelmä

Tarkastelen tässä pro gradu -tutkielmassa kansallispuistojen verkkosivujen tekstejä. Halusin perehtyä tutkielmassani alkuperäisteksteihin ja tehdä kansainvälistä vertailua, joten tutkin rinnakkaistekstejä kahden eri maan kansallispuistosivustolta. Aineistooni olen valinnut yhden Suomen 40 kansallispuistosta (Metsähallitus 2018) ja yhden Yhdysvaltain 59 kansallispuistosta (NPS 2017a). Suomesta mukana on Pallas-Yllästunturin kansallispuisto ja Yhdysvalloista Alaskan osavaltiossa sijaitseva Denalin kansallispuisto. Pallas-Yllästunturin kansallispuisto kuuluu Suomen suosituimpiin kansallispuistoihin ja Denalin kansallispuisto Alaskan osavaltion suosituimpiin. Kyseiset kansallispuistot ovat myös maantieteellisesti samantyyppisiä, vuoristoisia tai kumpuilevia alueita. Olen itse vieraillut niissä molemmissa.

Suomen kansallispuistojen verkkosivut löytyvät Metsähallituksen ylläpitämältä verkkosivustolta Luontoon.fi ja Yhdysvaltojen kansallispuistot puolestaan National Park Servicen ylläpitämältä verkkosivustolta [www.nps.gov](http://www.nps.gov). *Verkkosivusto* on tietyn organisaation tuottama tai tiettyä aihetta käsittelevä ja siten selkeän kokonaisuuden muodostava *www*-sivujen joukko. Synonyymeja sille ovat *www-sivusto*, *internetsivusto*, *nettisivusto* ja *sivusto*. (TEPA 2018b.) Käytän tässä tutkielmassa termiä *verkkosivusto* tai *sivusto*, kun viitataan Suomen tai Yhdysvaltojen kaikki kansallispuistot käsittävään verkkosivustoon (Luontoon.fi tai [nps.gov](http://nps.gov)).

*Verkkosivu* on ”internetissä oleva määrätavoin koodattu, *www*-osoitteella yksilöity tietokokonaisuus” (MOT). Synonyymeja sille ovat *www-sivu*, *internetsivu* ja *nettisivu* (mt.). Käytän termiä *verkkosivu(t)*, kun viitataan yksittäistä kansallispuistoa koskeviin verkkosivuihin, eli Pallas-Yllästunturin kansallispuiston tai Denalin kansallispuiston verkkosivuihin.

Verkkosivut ovat hyvin laaja tekstikokoelma, joten olen rajannut aineistoni kattamaan vain tietyt sivut tai tiettyä aihetta käsittelevät tekstiosuudet. Aloitan analyysini tarkastelemalla etusivuja, koska lukija kohtaa ne ensimmäisenä, ellei ole hakukoneen avulla päätenyt suoraan jollekin sisältösivulle. *Etusivu* (tai *pääsivu*, mutta ei kuitenkaan *aloitussivu*) on ”verkkosivu, jolta käsin tietyn verkkosivuston käyttö on tarkoitettu aloitettavaksi” (TEPA 2018a). Etusivun avulla luodaan ensivaikutelma. Etusivu toimii aloitussivuna muille sivuille, eli se on eräänlainen sisällysluettelo. Yritysten verkkosivustoja tutkinut Kimmo Svinhufvud (2005) havaitsi, että etusivun funktiona on myös luoda positiivista mielikuvaa yrityksestä. Sama

pätee oletettavasti myös kansallispuistosivustojen etusivuihin. Positiivista mielikuvaa luodaan sekä kielen että erityisesti kuvien avulla (Svinhufvud 2005). Tässä tutkielmassa pääpaino on kuitenkin tekstien analyysissa ja kuvat jäävät vähemmälle huomiolle.

Kummankin aineistooni kuuluvan kansallispuiston etusivulla on lyhyt, yleisluontoinen esittelyteksti, jotka analysoin. Lisäksi olen valinnut aineistooni ohjeita ja sääntöjä käsitteleviä tekstejä, koska ne ovat kiinnostavia lukijaoletusten tutkimisen kannalta. Niissä lukija on todennäköisesti enemmän läsnä kuin esimerkiksi kansallispuiston historiasta tai kasvi- ja eläinlajeista kertovissa teksteissä, joiden pääasiallinen tarkoitus on välittää tietoa. Ohjetekstien tarkoituksena on tiedonvälityksen lisäksi vaikuttaa lukijan käyttäytymiseen ja toimintaan. Ohjeissa todennäköisesti puhutellaan lukijaa suoraan.

Verkkosivujen vertailu ei aina ole helppoa, koska eri sivustot ovat rakenteeltaan erilaisia. Samoista asioista kerrotaan eri paikoissa ja erilaisten otsikoiden alla. Linkit johtavat lisätietoihin ja aina uusille sivuille. Valitsin aineistooni kuuluvat tekstit niiden aiheen perusteella, enkä sen mukaan, missä ne verkkosivuilla sijaitsevat. Vertailtavat tekstit eivät välttämättä vastaa toisiaan pituudeltaan, mikä ei toisaalta haittaa tekemässäni laadullisessa tutkimuksessa. Tutkimusaineistoni on melko pieni, joten laadullinen tutkimus sopii hyvin sen käsittelyyn. Pyrin pitämään aineistoni pienenä, jotta voisin analysoida sen mahdollisimman syvällisesti.

Aineistooni kuuluvat kansallispuistojen **esittelytekstit** ovat lähes samanmittaiset: molemmissa on 4 virkettä. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstissä on 41 sanaa ja Denalin kansallispuiston esittelytekstissä 59 sanaa. Englanninkielisessä tekstissä on artikkeleita ja prepositioita, jotka kasvattavat sanamäärää. Esittelytekstien lisäksi analysoin **turvallisuus- ja jätehuolto-ohjeita**. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeiden sanamäärä on 160. Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeet ovat paljon pitemmät, mutta analysoin niistä tarkasti vain osion, joka on otsikoitu *Stay Safe in Denali's Wilderness*. Siinä on 333 sanaa. Jätehuolto-ohjeita annetaan Pallas-Yllästunturin kansallispuiston verkkosivuilla kahdessa eri paikassa. Ohjeiden ja sääntöjen yhteydessä oleva teksti sisältää 77 sanaa ja palveluiden yhteydessä oleva teksti 48 sanaa. Denalin kansallispuiston sivuilla jätehuolto-ohjeita annetaan tekstissä, joka on otsikoitu *Leave No Trace*. Analysoin siitä osion 3. *Dispose of Waste Properly*, jonka pituus on 116 sanaa.



Verkkosivut ovat multimodaalisia kokonaisuuksia, jotka koostuvat teksteistä, kuvista, videoista ja äänestä (Helasvuo ym. 2014, 12). Teksti voi olla kirjoitettu useaan palstaan ja erilaisiin palkkeihin, eikä tekstiä välttämättä lueta yhtä lineaarisesti vasemmalta oikealle ja alusta loppuun kuin perinteisiä tekstejä (mts. 16; Svinhufvud 2005.) Kuvilla on tärkeä asema verkkosivuilla, mutta tutkimukseni pääpaino on teksteissä, vaikka esitän myös joitakin huomioita kuvista.

Kuvien sijaan olen kiinnostunut erityisesti verkkosivuilla käytettävästä kielestä. Tutkin tekstien sanavalintoja ja kielipillisiä rakenteita. Esitän joitakin huomioita sivustojen rakenteesta, mutta pääpaino on teksteissä. Käsittelen myös verkkosivujen kielivalikoimaa, koska se rajaa verkkosivujen lukijakuntaa ja tarjoaa siten tietoa lukijaoletuksista (Eco 1979, 7–8). Kielet vaikuttavat siihen, kuka ymmärtää verkkosivuilla olevat tekstit ja kenellä on sitä kautta pääsy tiedon äärelle (Suojanen ym. 2015, 57).

Valitsemistani teksteistä tarkastelen sitä, miten lukija niissä näkyy, sekä pintatasolla että syvemmällä, tekstin taustalla vaikuttavina oletuksina. Tutkin, miten lukijaa puhutellaan ja millä muilla tavoilla lukija huomioidaan. Ohjeteksteissä kiinnostukseni kohdistuu erityisesti siihen, kuinka suoraan tai epäsuorasti lukijaa ohjailaan. Tutkin teksteistä myös, miten lukija on niissä läsnä implisiittisesti, eli millaisia lukijaoletuksia teksteihin sisältyy. Tässä käytän apunani sisäislukijan käsitettä, jonka esittelin edellisessä luvussa. Tarkastelen, millaisia taustatietoja tekstit mahdollisesti edellyttävät. Sisäislukijan jäljille pääsee myös selvittämällä, millaisia arvoja, asenteita tai maailmankuvaa tekstit välittävät tai edellyttävät lukijoilta.

Tekstintutkimus on kulttuurista tutkimusta (McKee 2010), vaikka tutkimuksen perusaineeksena on kieli. Aineistoni koostuu kahdesta eri kulttuurista peräisin olevista rinnakkaisteksteistä, joita aion vertailla keskenään. Teen kontrastiivista tutkimusta ja selvitän, onko lukijan puhuttelussa, huomioimisessa ja ohjailussa kulttuurista variaatiota. Vertailen myös tekstien sisäislukijoita.

Luvussa 2 taustoitin tutkimustani käsittelemällä kansallispuistojen verkkosivujen tekstilajia. Oletukseni on, että verkkosivuilla virkakieleen yhdistyy matkailun kielen piirteitä, koska kansallispuistot ovat myös matkailukohteita. Analyysissäni tarkastelen myös tekstilajia ja sen vaikutusta lukijaviittauksiin.

Tutkimusotteeni on kuvaileva ja aineistolähtöinen. Menetelmänä käytän lähilukua, jossa hyödynnän edellisissä luvuissa kuvailemiani teorioita ja käsitteitä, kuten tekstilajipiirteitä ja sisäislukijaa ja sinä-asennetta. Analyysini tueksi poimin teksteistä lukuisia esimerkkejä.

## **5 Kansallispuistojen verkkosivujen tarkastelua**

Tässä luvussa analysoin tutkimusaineistooni valitsemieni kansallispuistojen verkkosivuja. Aloitan vertailemalla lyhyesti sivustorakenteita ja etusivuja, minkä jälkeen tarkastelen ja pohdin verkkosivujen kielivaihtoehtoja. Tutkimukseni pääpaino on kuitenkin verkkosivujen teksteissä ja niiden analyysissa. Alaluvussa 5.3 tarkastelenkin kansallispuistojen esittelytekstejä ja alaluvussa 5.4 ohjetekstejä. Seuraavassa luvussa kokoon vielä tutkimustuloksiani yhteen ja pohdin ohjeiden esittämisen tapoja, tekstien sisäislukijaa ja sinä-asennetta, teksteissä esiintyviä kulttuurieroja sekä verkkosivujen tekstilajia.

### **5.1 Sivustojen rakenteen ja etusivujen vertailua**

Suomen kansallispuistojen verkkosivut löytyvät Metsähallituksen verkkosivustolta Luontoon.fi, joka tarjoaa tietoa kansallispuistoista ja muista retkikohteista sekä niiden palveluista. Lisäksi sieltä löytyy muun muassa vinkkejä retkeilyyn. Tutkimusaineistooni valitsemallani Pallas-Yllästunturin kansallispuistolla ei siis ole omaa, erillistä verkkosivustoa, vaan kansallispuiston verkkosivut ovat osa Luontoon.fi-sivustoa. Suomessa on yhteensä 40 kansallispuistoa (Metsähallitus 2018), ja niiden kaikkien verkkosivut löytyvät Luontoon.fi-sivustolta. Kaikkien rakenne on myös samankaltainen.

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston verkkosivuilla yläpalkki ja sivun laidoissa olevat palstat muodostavat niin sanotun navigaatio-osan, ja keskiosa on sisältöosaa (ks. kuva 1). Yläpalkki ja sivun vasemman laidan palkki säilyvät näkyvissä sivulta toiselle siirryttäessä. Yläpalkissa on Luontoon.fi-sivuston valikko, jossa on linkit esimerkiksi retkikohteisiin ja retkeilyn ABC:hen. Sivun vasemmassa laidassa on Pallas-Yllästunturin verkkosivujen valikko ja sen alla Retkikohteet-valikko. Eri valikot samalla sivulla voivat antaa sekavan vaikutelman, kun osa linkeistä koskee Pallas-Yllästunturin kansallispuistoa ja osa retkeilyä ja retkikohteita yleisesti. Toisaalta linkit on sijoitettu selkeästi valikoihin ja valikot on sijoitettu loogisesti. Etusivun selkeys on tärkeää lukijan kannalta, sillä etusivu toimii ikään kuin sisällysluettelona (Svinhufvud 2005). Lisäksi sivustorakenteen loogisuus helpottaa käyttäjän tiedonhakua.

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston etusivulla on maisemakuva kansallispuistosta (ks. kuva 1). Kuvan yläpuolella on tutkimushetkellä kirkkaanpunaisella pohjalla oleva varoitus lumivyöryistä, mikä viittaa siihen, että verkkosivulla on pohjimmiltaan kyse viranomaisviestinnästä. Kuvan alla olevasta valikosta voi selata ja katsoa muitakin kuvia kuin

sen, joka näkyy automaattisesti ensimmäisenä. Kuvia vaihdetaan vuodenajan mukaan, koska tutkimushetkellä kevättalvella 2018 kuvissa on vain lumisia maisemia. Kuvat ovat houkuttavia kuin matkailumainoksessa. Kuvavalikon alla on kansallispuistoa kuvaileva lyhyt esittelyteksti, jota analysoin tarkemmin seuraavassa luvussa. Sen alla on vielä värillisellä pohjalla erotettuna perustietoja kansallispuistosta.

**luontoon.fi** IN ENGLISH · PÅ SVENSKA · ANARÅŠKIELÄ · DAVVISÁMEGIELLA · 中文 · ПО-РУССКИ

Hae

Luontoon.fi Retkikohteet Aktiviteetit Vapaaehtoistoiminta Retkeilyn ABC Ajankohtaista Seuraa meitä

Luontoon.fi / Retkikohteet / Kansallispuistot / Pallas-Yllästunturi

**Pallas-Yllästunturi**

Ajankohtaista  
Aktiviteetit  
Historia  
Kartat ja kulkuyhteydet  
Luonto  
Nähtävyydet  
Ohjeet ja säännöt  
Palvelut  
Reitit

**Retkikohteet**

Kansallispuistot  
Maailmanperintökohteet  
Retkeilyalueet  
Erämaa-alueet  
Muut luontokohteet  
Luontokeskukset  
Vaellusreitit  
Historiakohteet  
Tuvat  
Esteettömät kohteet

**Pallas-Yllästunturin kansallispuisto**

**6.4.2018**  
Lumivyöryjen todennäköisyys on huomattava. Luonnolliset lumivyöryt mahdollisia, ihmisen aiheuttamat todennäköisiä.

Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa ja sen ympäristössä on latuja ja talviretkelyreittejä lähes 500 km. Kuva: Tapani Mikkola

< KUVA 1 KUVA 2 KUVA 3 KUVA 4 KARTTA >

Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa Tunturi-Lapin taival vie sinut huipuilla huipuilla ja eläviin tunturikyliin. Patikoit, retkeilet ja hiihdät Suomen vanhimmilla vaellusreiteillä hyvien palvelujen ympäröimänä. Täällä hengität maailman puhtainta ilmaa huimissa tunturimaisemissa ja taigametsien keskellä. Eipä ihme, että juuri Pallas-Yllästunturi on Suomen kansallispuistoista kävijämääriltään suosituin.

**Asiakaspalvelu**  
Yllästunturin luontokeskus  
Kellokas  
Puh. 0206 39 7039  
kellokas(at)metsa.fi

**Löydä tunturien raikkaimmat klassikot**  
Sijainti: Länsi-Lappi, Enontekiö (www.enontekio.fi), Kittilä (www.kittila.fi), Kolari (www.kolari.fi) ja Muonio (www.muonio.fi). Lue lisää

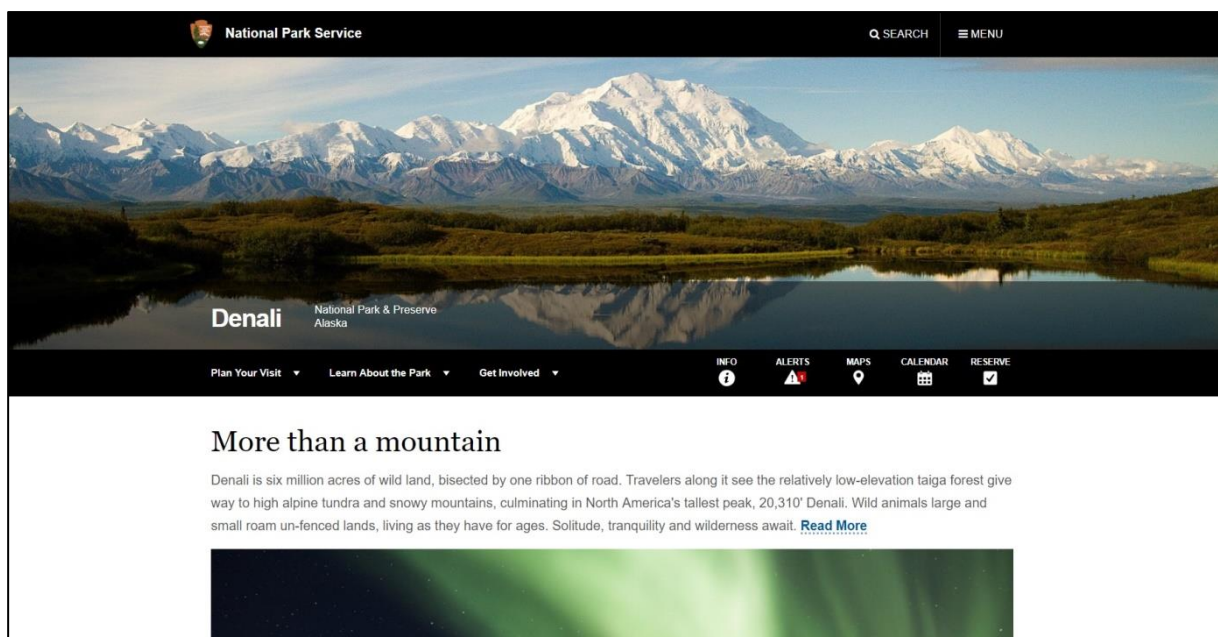
Kuva 1. Kuvakaappaus Pallas-Yllästunturin kansallispuiston etusivusta 10.4.2018

Alaskassa sijaitsevan Denalin kansallispuiston verkkosivut ovat osa Yhdysvaltain sisäministeriön alaisen kansallispuistoviranomaisen National Park Servicen (NPS) sivustoa.

Yhdysvalloissa on yhteensä 59 kansallispuistoa (NPS 2017a), ja niiden kaikkien verkkosivut löytyvät NPS:n sivustolta [www.nps.gov](http://www.nps.gov).

Denalin kansallispuiston verkkosivujen oikeassa ylä laidassa on painike *Menu*, jonka kautta pääsee NPS:n verkkosivuston yleisiin linkkeihin tai muiden retkikohteiden verkkosivuille (ks. kuva 2). Muut linkit Denalin kansallispuiston etusivulla koskevat vain kyseistä kansallispuistoa, mikä selkeyttää sivujen käyttöä. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston sivuilla on mahdollista vahingossa näpäyttää linkkejä, jotka vievät pois Pallas-Yllästunturin sivuilta. Muutoin Denalin kansallispuiston sivut vaikuttavat sekavammilta, sillä tekstejä on paljon, ja niiden välillä on paljon linkityksiä. Sivuilta voi olla hankala löytää etsimäänsä tietoa. Esimerkiksi jätehuolto-ohjeet, joita tässä tutkielmassa analysoin, löytyvät seuraavan polun takaa: *Plan Your Visit / Things To Do / Backpacking / Leave No Trace*.

Denalin kansallispuiston etusivulla on panoraamakuva, jossa on vuoristomaisema (ks. kuva 2). Kuva on koko sivun levyinen ja upea kuin matkailumainoksessa. Maisema on suorastaan henkeäsalpaava. Kuvan alla on mustalla pohjalla valikot *Plan Your Visit*, *Learn About the Park* ja *Get Involved*. Kuvan ja sitä kehystävän mustan palkin alla on lyhyt kansallispuistoa kuvaileva esittelyteksti. Tekstin lopussa on linkki lisätietoihin. Esittelytekstin alla on valokuvia ja linkkejä eri sivuille. Niihin on valikoitu vain osa Denalin verkkosivujen sisällöstä. Kattavat valikot löytyvät mustasta palkista panoraamakuvan alta.



Kuva 2. Kuvakaappaus Denalin kansallispuiston etusivusta 10.4.2018

## 5.2 Verkkosivujen kielivaihtoehdot

Tässä aluvuossa käsittelemme Pallas-Yllästunturin ja Denalin kansallispuiston verkkosivujen kielivaihtoehtoja. Kielivalikoimalla on merkitystä, koska se rajaa verkkosivujen lukijakuntaa ja tarjoaa siten tietoa lukijaoletuksista (Eco 1979, 7–8). Kielet vaikuttavat siihen, kuka ymmärtää verkkosivuilla olevat tekstit ja kenellä on sitä kautta pääsy tiedon äärelle (Suojanen ym. 2015, 57). Nykyaikana on tietysti mahdollista käyttää verkosta löytyviä käännöskoneita, joiden avulla kuka tahansa voi ymmärtää tekstit ainakin pääpiirteissään. Kysymys on enemminkin siitä, kenelle tiedonhankinta on tehty helpoksi ja miellyttäväksi. Ketä siis on haluttu palvella ja kenelle tekstit on ensisijaisesti suunnattu?

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston etusivun ylälaudassa on linkit useaan eri kieliversioon: englanti, ruotsi, inarinsaame, pohjoissaame, kiina ja venäjä. Linkit johtavat Luontoon.fi-sivuston erikielisiin versioihin, joista kaikki eivät sisällä tietoja Pallas-Yllästunturin kansallispuistosta. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston sivut on käännetty englanniksi, ruotsiksi ja pohjoissaameksi. Tällä perusteella sivujen oletettu käyttäjä voi olla kaukaakin tuleva englantia osaava matkailija, mutta yhtä hyvin lähiseudun asukas.

Denalin kansallispuiston verkkosivujen kieli on englanti, jota voidaan pitää jonkinlaisena yleiskielenä tai maailmankielenä. Sivut palvelevat siis oman maan kansalaisia, mutta myös muualta tulevia matkailijoita. Kielen voi vaihtaa espanjaksi, jolloin esiin tulee espanjankielinen tiivistelmä verkkosivujen teksteistä ilman yhtäkään kuvaa. Tällainen teksti tarjoaa perustiedot, mutta ei vaikuta erityisen houkuttelevalta. Espanja on Yhdysvaltojen toiseksi puhutuin kieli (Wikipedia 2018), joten viranomaiset voivat olla suorastaan velvoitettuja tarjoamaan palveluitaan espanjaksi. Koska espanjankielinen materiaali on visuaalisesti hyvin pelkistettyä, vaikuttaa siltä, että espanjan puhujia ei erityisesti haluta houkutella vierailemaan Denalin kansallispuistossa. Espanjankielistä tekstiä on myös paljon vähemmän kuin englanninkielistä. Onko espanjaksi käännetty vain pakollinen minimimäärä, joka täyttää viranomaiselle mahdollisesti asetetut velvoitteet?

Tutkin sivuja jo kandidaatintutkielmassani syksyllä 2015 (Vuola 2015). Nyt havaitsin, että tällä välin Denalin verkkosivuille on lisätty uusi kieliversio: tekstejä on käännetty myös saksaksi. Saksankielisiltä sivuilta löytyy kuvia, linkkejä ja opastusvideoita, ei tosin yhtä paljon kuin englanninkielisiltä sivuilta. Saksankielinen versio kuvineen vaikuttaa paljon

kiinnostavammalta ja houkuttelevammalta kuin espanjankielinen. Onko saksa näin ollen Denalin verkkosivuilla matkailun kieli ja espanja pelkkä viranomaisviestinnän kieli?

On hieman yllättävää, että tekstejä on käännetty saksaksi, muttei ranskaksi, vaikka se on naapurimaa Kanadan toinen virallinen kieli. Ranskaa äidinkielenään puhuvien kanadalaisten oletetaan ehkä osaavan hyvin myös englantia. Kanadasta löytyy samantyyppisiä maisemia kuin Alaskan osavaltiota, joten ehkä kanadalaiset tyytyvät matkailuun ja retkeilyyn omassa maassaan, ja Denalin suurimpia kävijäryhmiä yhdysvaltalaisien ja muiden englantia puhuvien vierailijoiden jälkeen ovat saksaa osaavat eurooppalaiset matkailijat.

Sopivaa tilastoa Denalin kansallispuiston vierailijoista on vaikea löytää internetistä, mutta vuonna 2006 tehty kävijätutkimus tarjoaa kiinnostavaa tietoa, vaikka kieliä koskevat tulokset eivät otoksen pienuuden takia ole täysin luotettavia. Sen mukaan 94 % kävijöistä käyttää mieluiten englantia. Muita kieliä toivottiin seuraavasti: espanja 39 %, saksa 33 % ja ranska 33 %. (Meldrum, Evans & Hollenhorst 2007.) Tämänkin perusteella on yllättävää, ettei Denalin verkkotekstejä ole käännetty ranskaksi.

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston verkkosivut on käännetty englannin ja ruotsin lisäksi pohjoissaameksi. Suomalaisten verkkosivujen saamenkielinen versio herättääkin kysymyksen, miksei Denalin kansallispuiston verkkosivuja ole käännetty eskimo- tai intiaanikielille. Alaskassa asuu useita alkuperäiskansoja, joilla on omat kielensä. Eikö heidän oleteta käyvän Denalin kansallispuistossa, vai onko oletuksena, että he voivat käyttää englanninkielistä sivustoa? Voisiko tämän perusteella tehdä johtopäätöksiä alkuperäiskansojen asemasta eri maissa?

### **5.3 Kansallispuistojen esittelytekstit**

Seuraavaksi siirryn tarkastelemaan etusivuja tekstin tasolla. Analysoin lyhyet esittelytekstit, jotka löytyvät sekä Pallas-Yllästunturin kansallispuiston että Denalin kansallispuiston etusivuilta ja jotka ovat suunnilleen samanmittaiset. Esittelytekstit ovat niin lyhyitä, että siteeraan niitä kokonaisuudessaan.

#### **5.3.1 Pallas-Yllästunturin kansallispuisto**

Pallas-Yllästunturin kansallispuisto esitellään etusivulla seuraavasti:

(1) Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa Tunturi-Lapin taival vie sinut huipuilta huipuille ja eläviin tunturikyliin. Patikoit, retkeilet ja hiihdät Suomen vanhimmilla vaellusreiteillä hyvien

palvelujen ympäröimänä. Täällä hengität Euroopan puhtainta ilmaa huimissa tunturimaisemissa ja taigametsien keskellä. Eipä ihme, että juuri Pallas-Yllästunturi on Suomen kansallispuistoista kävijämääriltään suosituin.

Verkkosivujen ylläpitäjä on Metsähallitus, ja koska se on valtion liikelaitos, eli viranomaiseen verrattavissa oleva taho, voisi tekstin olettaa olevan virkakieltä. Teksti vaikuttaa kuitenkin enemmän matkailumainokselta kuin viranomaistekstiltä. Lukijaa puhutellaan suoraan yksikön 2. persoonassa kohdissa *taival vie sinut; Patikoit, retkeilet ja hiihdät ja Täällä hengität*. Tekstissä on 4 virkettä, ja suoraa puhuttelua käytetään niistä 3:ssa. Puhuttelun tarkoituksena on ilmeisesti saada lukija kiinnostumaan kansallispuistosta ja siellä retkeilystä. Houkuttelevuutta lisätään sanavalinnoilla, kuten *eläviin tunturikyliin ja huimissa tunturimaisemissa*. Myös superlatiivien käyttö kohdissa *Suomen vanhimmilla vaellusreiteillä ja Euroopan puhtainta ilmaa* tuo matkailumainoksen tuntua tekstiin. Superlatiivien avulla tehty arvottaminen onkin yksi matkailun kielen piirteistä, kuten luvussa 2.3 todettiin.

Matkailun kielessä korostetaan matkakohteiden aitoutta ja eksotiikkaa (Thurlow & Jaworski 2011, 1), joiden oletetaan vetoavan lukijoihin. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstissä mainitaan *elävät tunturikylät*. Kävijä pääsee tutustumaan aitoihin kyliin, joissa oikeasti asuu ihmisiä. Kylät eivät ole vain matkailijoita varten säästettyjä tai luotuja museopaikkoja, vaan niissä pääsee näkemään paikallista elämänmenoa. Kuvauksessa ei kerrota, ketä kylissä asuu. Periaatteessa ne voisivat olla myös turistikyliä, mutta tekstistä saa kuitenkin vaikutelman, että kylissä asuisi paikallisia ihmisiä. Ovatko he saamelaisia? Maininta saamelaisista voisi vielä lisätä eksoottista vaikutelmaa, mutta toisaalta alkuperäiskansan avulla mainostaminen voisi olla kyseenalaista toimintaa. Luonto onkin turvallisempi markkinointikeino kuin paikallisväestö. *Taigametsä* voi kuulostaa eksoottiselta ja houkuttavalta suomalaisillekin matkailijoille. Tekstistä voi tehdä myös kiinnostavan huomion, että siinä ei mainita lainkaan eläimiä. Kävijöitä houkutellaan tutustumaan aitoihin tunturikyliin, joissa voi olettaa kohtaavansa ihmisiä. Luontoviittauksissa mainitaan puhdas ilma ja huikeat maisemat, mutta ei lainkaan alueen eläimiä, joita retkeilijä saattaisi kansallispuistossa kohdata.

Matkailuteksteissä pyritään luomaan houkuttavia mielikuvia, ja kuten Dann (1996) on todennut, luonto esitetään matkailuteksteissä yleensä kesytettynä ja paratiisimaisena. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston kuvauksessa korostetaan huimia maisemia ja puhdasta – Euroopan puhtainta – ilmaa. Tekstissä ei lainkaan mainita, kuinka varpaat voivat palella talven pureissa pakkasissa tai kuinka hyttyset voivat häiritä kesällä.



Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelyssä mainitaan hyvät palvelut ja suuret kävijämäärät, minkä perusteella tekstistä ilmenevä lukija on matkailija enemmän kuin lähiseudun asukas. Toisaalta kielivaihtoehdot viittaavat siihen, että lähiseuduilla asuvat saamelaisetkin on huomioitu ja he voivat olla kansallispuiston kävijöitä. Sisäislukija on joka tapauksessa retkeilijä, joka etsii melko turvallista ja helppoa vaellus- tai muuta luontomatkailukohdetta. Retkeilijä on *hyvien palvelujen ympäröimänä*, ja kävijöitä on paljon, joten sisäislukija ei etsi totaalista pakoa sivistyksestä. Yksinäisyyttä ja omaa rauhaa etsivät vaeltajat suuntaavat todennäköisesti jonnekin muualle. Sisäislukija ei etsi täysin erämaista luontoa, vaan vaelluskohdetta, jossa on merkittyjä reittejä ja palveluita.

Sisäislukija on paitsi sosiaalinen myös aktiivinen ja liikunnallinen. *Patikoit, retkeilet ja hiihdät*, sanotaan tekstissä, joten sisäislukija on aktiivinen toimija. Lukija, jota puhutellaan suoraan yksikön 2. persoonassa, on lauseiden subjektina. Hän on tekijä, ei passiivinen vastaanottaja. Kuten luvussa 2.3 todettiin, luontomatkailussa korostuu omatoimisuus. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston kuvauksesta ei kuitenkaan suoraan ilmene, onko patikka- tai hiihtoretki omatoiminen vai jonkin (matkailu)yrityksen tai yhteisön järjestämä.

Teksti on suunnattu laajalle lukijakunnalle, eikä se varsinaisesti sulje ketään pois. Se ei anna viitteitä esimerkiksi tietyn ikäisistä lukijoista. Tiettyä koulutusta tai koulutustasoakaan ei vaadita. Tekstissä mainitaan *taigametsät*, mutta niistäkin puhutaan Suomessa jo peruskoulussa. Tekstiä ei ole suunnattu myöskään erityisesti naisille tai miehille, eikä tekstissä ole vaikeita erikoisalojen termejä, jotka määrittäisivät sisäislukijaa. *Tunturi-Lapin taival* ei välttämättä ole lukijalle tuttu, eikä sitä ole tekstissä selitetty, mutta *taival*-sanasta voi kuitenkin päätellä, että kyseessä on jonkinlainen vaellusreitti. Kansallispuiston reiteistä kertovalla verkkosivulla selostetaan tarkemmin, millainen reitti on kyseessä. Esittelytekstistä ilmenevät lukijaoletukset liittyvät erityisesti siihen, millaista luontoelämystä ja retkikohdetta lukijan oletetaan etsivän.

Esittelytekstissä puhutellaan lukijaa suoraan yksikön 2. persoonassa, jolloin voisi ajatella, että lukija on aidosti otettu viestinnän osapuoleksi, ja teksti ilmentäisi sinä-asennetta. Sinä-asenteessa on kuitenkin kyse paljon muustakin kuin lukijan puhuttelusta. Joskus sinä-asenne vaatii jopa lukijan puhuttelun välttämistä, kuten luvussa 3.2 todettiin. Puhuttelumuotoja tärkeämpää voikin olla tarkastella sitä, miten lukijan huolet ja tarpeet on huomioitu tekstissä. Esittelyteksti tarjoaa tiivistetyssä muodossa yleistietoa kohteesta. Kansallispuiston verkkosivuilta lukija etsii mahdollisesti tietoa kulkuyhteyksistä puistoon tai siitä, onko

puistossa hänelle sopivia vaellusreittejä. Kaikkea mahdollista tietoa ei kuitenkaan voi esittelytekstissä kertoa, eikä lukija sitä oletakaan, sillä hän voi etsiä tiedot niitä käsitteleviltä sivuilta. Esittelytekstin perusteella lukija muodostaa yleiskuvan kansallispuistosta ja saa ehkä jo käsityksen siitä, soveltuuko se hänen retkikohteekseen. Matkailun kielelle tyypilliset superlatiivimuodot saattavat jopa ärsyttää lukijaa. Onko hänelle tärkeää, että reitit ovat Suomen vanhimpia ja ilma Euroopan puhtainta? Se, että kansallispuisto on kävijämääriltään suosituin, voi olla lukijalle hyödyllinen tieto. Osa retkeilijöistä haluaa varmasti välttää ihmisjoukot, kun taas toisille suuri kävijämäärä voi viestiä siitä, että kansallispuistossa on oltava jotakin erityistä, koska se houkuttelee niin paljon kävijöitä. Mainosmainen maalailu ja tunnelmien luominen (*Täällä hengität Euroopan puhtainta ilmaa huimissa tunturimaisemissa*) saattaa palvella lukijan tarvetta haaveilla vaelluksesta ja siten ilmentää myös sinä-asennetta tällaisessa tekstissä. Lukija voi haluta tunnelmoida tulevaa kansallispuistovierailuaan jo ennakolta. Siinä voivat auttaa myös etusivulla olevat kuvat, joita en tässä tutkielmassa kuitenkaan analysoi tarkemmin.

### 5.3.2 Denalin kansallispuisto

Denalin kansallispuisto esitellään etusivulla seuraavasti:

(2) More than a mountain

Denali is six million acres of wild land, bisected by one ribbon of road. Travelers along it see the relatively low-elevation taiga forest give way to high alpine tundra and snowy mountains, culminating in North America's tallest peak, 20,310' Denali. Wild animals large and small roam unfenced lands, living as they have for ages. Solitude, tranquility and wilderness await.

Denalin kansallispuiston esittelyteksti on suunnilleen samanpitäinen kuin Pallas-Yllästunturin kansallispuiston. Siinä kuvaillaan kansallispuistoa ja sen maisemia samaan tapaan kuin suomalaisella sivustolla. Suurin ero liittyy lukijan asemaan. Voisi olettaa, että englanninkielisessä tekstissä käytettäisiin suoraa puhuttelua *you*-muodossa. Sitä ei kuitenkaan tekstissä ole, vaan siinä käytetään yksikön ja monikon 3. persoonaa, esimerkiksi kohdissa *Denali is* ja *Wild animals roam*. Lukijoihin viittaa eniten muoto *Travelers see*. Lukijat voivat halutessaan samaistua tähän matkailijaviittaukseen, vaikka heitä ei suoraan puhutella. Ilmauksessa kansallispuistoon tulevat matkailijat ovat subjektina. He ovat näkijöitä tai katsojia, eli he ovat tekijöitä eivätkä tekemisen kohteita. Toisin kuin Pallas-Yllästunturin esittelytekstissä tässä tekstissä ei käytetä liikunnallisia verbejä matkailijaviittauksien yhteydessä. Tekstin perusteella vierailijat tulevat Denalin kansallispuistoon ennemminkin aistimaan ympäristöään kuin harrastamaan urheilua.

Houkuttelevuutta tähänkin tekstiin tuovat sanavalinnat, kuten lopetusvirkkeessä *Solitude, tranquility and wilderness await*. Sanoilla luodaan mielikuvaa luonnon rauhasta. *Solitude* tarkoittaa yksinäisyyttä, ja juuri yksinäisyys voi monesti olla edellytyksenä luonnosta nauttimiselle. Yksinäisyyden voi silti kokea myös ahdistavana ja pelottavana, joten yksinäisyys ei välttämättä ole vain positiivinen asia. Englannin kielessä on kuitenkin kaksi eri sanaa, jotka tarkoittavat yksinäisyyttä: *solitude* ja *loneliness*. Niistä ensimmäisellä on positiivinen konnotaatio ja jälkimmäisellä negatiivinen. *Solitude* viittaa yksinoloon ilman yksinäisyyden tunnetta, kun taas *loneliness*-sanaan liittyy tunne, että jotakin puuttuu. (Estroff Marano 2003.) Etusivulla olevan esittelytekstin tarkoituksena on luoda positiivista mielikuvaa kansallispuistosta, joten tekstiin on luonnollisesti valittu positiivisia mielikuvia välittävä sana *solitude*.

Luonto on monille rauhoittava, meditatiivinenkin paikka. Esittelytekstin sana *tranquility* luo hyvin positiivista vaikutelmaa, sillä se viittaa rauhaan, hiljaisuuteen, levollisuuteen ja tyyneyteen. Kansallispuisto onkin oiva paikka rauhoittua ja levätä mahdollisesti hyvin hektisen arjen vastapainoksi. Samalla se tarjoaa mahdollisuuden itsetutkiskeluun tai luonnon havainnointiin, kun ympärillä ei ole muita ihmisiä.

Sana *wilderness* viittaa siihen, että kansallispuisto on luonnontilassa, eli ihminen ei ole juurikaan muokannut sitä. Erämaa ja sen villieläimet voivat tuntua pelottavilta joidenkin mielestä, mutta esittelytekstissä sanaa *wilderness* käytetään positiivisessa mielessä houkutteluun, koska se on rinnastettu sanoihin *solitude* ja *tranquility*, joilla on positiivinen konnotaatio. Denalin-kävijöiden pitää joka tapauksessa olla valmiita mahdollisesti kohtaamaan karhuja tai muita villieläimiä. Siihen viitataan epäsuorasti esittelytekstin loppupuoella: *Wild animals large and small roam un-fenced lands, living as they have for ages*. Eläimet ovat virkkeen subjektina, mikä korostaa kansallispuiston asemaa eläinten valtakuntana. Mahdollisuus eläinten näkemiseen varmasti houkuttelee vierailijoita, mutta samalla heidän on oltava valmiita toimimaan eläinten ehdoilla.

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstissä käytetään matkailun kielelle tyypillisiä superlatiivimuotoja, ja sellainen löytyy myös Denalin esittelytekstistä: *North America's tallest peak*. Ilmaisulla viitataan kansallispuiston alueella sijaitsevaan Denali-vuoreen, jonka mukaan puisto on nimetty. Denalin kansallispuiston esittelytekstissä superlatiiveja ei kuitenkaan käytetä yhtä paljon kuin Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelyssä. Teksti ei ole avoimen mainosmainen myöskään sikäli, että lukijaa ei houkutella kansallispuistoon

puhuttelemalla häntä suoraan. Houkuttelu perustuu enemmän maisemakuvien ja rauhallisen tunnelman maalailuun.

Denalin kansallispuiston esittelyssä korostetaan alueen koskemattomuutta ja sitä, että kyseessä on aito erämaa. Eläimetkin kulkevat vapaina, kuten ne ovat tehneet kautta vuosisatojen. Pallas-Yllästunturin esittelyssä sen sijaan mainittiin hyvät palvelut ja suuret kävijämäärät, mikä tukee käsitystä, että sisäislukija on matkailija. Hän on luultavasti tavallinen turisti, joka etsii melko turvallista ja helppoa vaelluskohdetta. Denalin kansallispuisto sen sijaan tarjoaa erämaan rauhaa. Kokemuksesta tiedän, että siellä ei ole valmiita, merkittyjä vaellusreittejä tai autiotupia. Lisäksi puisto on jaettu alueisiin, joista suosituimmille päästetään vain muutama kävijä päivässä. Denalin sivuston sisäislukija on siis kokeneempi vaeltaja, joka etsii aitoa erämaaelämystä hyvien palveluiden sijaan.

Toisaalta Denalin kansallispuistoon on mahdollista tutustua myös ihailemalla maisemia turvallisesti bussin ikkunasta. Puistoa halkoo tie, jota pitkin kulkee päivittäin useita busseja, ainakin kesäaikaan. Matkailijat voivat tehdä pelkän bussimatkan yöpymättä lainkaan luonnossa. Esittelytekstissäkin kerrotaan, mitä matkailijat voivat nimenomaan tien varrella nähdä. Tekstin lopussa maalailaan kuitenkin mielikuvia yksinolosta, hiljaisuuden rauhasta ja erämaasta, joita on varmasti vaikeampi kokea pelkästään bussissa istuen.

Denalin kansallispuiston esittelytekstissä lukijaa ei puhutella suoraan sinä-muodossa, mutta tekstistä voi silti löytää sinä-asennetta. Kuten aiemmin Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstin analyysissä totesin, sinä-asenne ei välttämättä edellytä lukijan suoraa puhuttelua. Pallas-Yllästunturin tekstiä analysoidessani pohdin, että tekstin mainosmaisuus voi ärsyttää osaa lukijoista. Kansallispuisto ei ole kaupallinen kohde, vaikka Denalin kansallispuistossa pääsymaksuja peritäänkin, joten kovin räikeä mainostaminen ei siten ehkä sovi kansallispuistoteksteihin. Näin ollen suoran puhuttelun välttäminen esittelytekstissä voi olla perusteltua, ja se voi ilmentää jopa sinä-asennetta. Kuten Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstin kohdalla totesin, lukijan puhuttelua tärkeämpää voi olla tarkastella sitä, miten lukijan tarpeet on huomioitu. Lukija saa esittelytekstistä perustiedot kansallispuistosta ja pystyy niiden pohjalta muodostamaan mielikuvan siitä, millaisesta paikasta on kyse. Lukija voi myös haluta tekstin avulla tunnelmoida jo ennakolta vierailuaan kansallispuistossa. Esittelytekstin lopetusvirke *Solitude, tranquility and wilderness await* varmasti auttaa siinä, samoin kuin etusivulla tekstin ylä- ja alapuolella olevat kuvat (kuva 2).

## 5.4 Ohjeita ja sääntöjä

Tässä alaluvussa siirryn analyysissäni etusivuilta syvemmälle sivustorakenteessa, tarkastelemaan tutkimusaineistooni valitsemiani ohjetekstejä. Olen kiinnostunut niistä, koska ohjeissa lukija on todennäköisesti enemmän läsnä kuin esimerkiksi kansallispuiston historiasta kertovassa tekstissä. Ohjetekstien tarkoituksena on tiedonvälityksen lisäksi vaikuttaa lukijan käyttäytymiseen ja toimintaan. Analysoin ensin turvallisuusohjeita ja sitten jätehuolto-ohjeita. Lopuksi pohdin ohjeiden esittämisen tapoja.

### 5.4.1 Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeet

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston verkkosivuilla turvallisuusohjeita annetaan tekstissä, joka on otsikoitu *Pallas-Yllästunturin ohjeet ja säännöt*. Tekstissä on yhtenä alaotsikkona *Ennakkovarustautuminen*, jonka jälkeen ennakkovarustautumisen tärkeys perustellaan seuraavasti:

(3) Huolellinen retken suunnittelu ja tietojen hankkiminen paikallisista oloista auttaa parhaan luontoelämyksen saavuttamisessa.

Virkkeessä perustellaan, miksi kannattaa valmistautua hyvin, mutta tekstin sävy ei ole kuitenkaan kovin vetoava. Lukijaa ei puhutella suoraan, eikä tekstissä eksplisiittisesti ilmaista, ketä huolellinen suunnittelu auttaa. Lukija voi kuitenkin samaistua tekstiin ja tulkita sen niin, että kyse on juuri hänen luontoretkensä suunnittelusta ja onnistumisesta. Toisaalta voi kysyä, miksei asiaa ole ilmaistu suoremmin? Tekstissä on substantiiviteyksiä: *suunnitella*-verbin sijasta käytetään substantiivia *suunnittelu*, *hankkia*-verbin sijasta substantiivia *hankkiminen* ja *saavuttaa*-verbin sijasta substantiivia *saavuttaminen*. Substantiiviteyksi luo tekstiin vaikutelmaa virkakielestä. Luontoelämyksen mainitaan, matkailun kielelle tyypillisen superlatiivin kera (*parhaan luontoelämyksen*), mutta tekstissä on silti enemmän virkakielen makua.

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston varsinaiset turvallisuusohjeet esitetään luettelomuodossa, ja ne alkavat imperatiivimuotoisilla muistutuksilla ja kehotuksilla. Lukijaa puhutellaan suoraan yksikön 2. persoonassa. Ensimmäisessä luettelokohdassa on 7 virkettä, joista 3 alkaa imperatiivimuodossa olevalla sanalla *muista*. Imperatiivia käytetään myös virkkeessä *Ilmoita mahdollisuuksien mukaan myös reitti- ja aikataulumuutoksista*. Virkkeissä, joissa lukijaa ei puhutella, kerrotaan alueen pelastuspalvelusta, esim. *Pelastuspalvelu laskuttaa turhista etsinnöistä*.

Jos etusivun mainosmaisessa tekstissä luotiin vain positiivisia mielikuvia kansallispuistosta, niin turvallisuusohjeissa tuodaan esiin myös vaarat:

(4) Tuntureilla sään vaihdokset saattavat olla hyvinkin nopeita. Äkillinen sumu tai lumituisku saattaa aiheuttaa vaaratilanteen.

(5) Talvella retkeileminen on vaativaa. Sää- ja valo-olosuhteet ovat keskitalvella vaikeat, sillä pakkasta voi olla jopa -40 astetta ja kaamosaikana päivänvaloa on vain muutamia tunteja. Tuuli lisää pakkasen purevuutta huomattavasti.

Vaaralliset ja epämiellyttävät keliolosuhteet kerrotaan suoraan ja rehellisesti, jotta lukija osaisi varautua niihin. Lukijaa ei näissä virkkeissä puhutella. Ehkä on haluttu välttää velvoittavaa vaikutelmaa, joka voisi imperatiivimuotoisista kehotuksista välittyä, tai ehkä tekstiin on vain haettu vaihtelua.

Seuraavissa luettelokohdissa siirrytään nollapersoonaan. Olen lihavoinut esimerkeistä kohdat, joissa käytetään nollapersoonaa.

(6) Suunnistuksen on oltava varmaa. **On varauduttava** hätätilanteisiin, kuten yöpymiseen maastossa.

(7) Kevättalvi on suosittua retkeilyaikaa, mutta silloinkin **on varustauduttava** asianmukaisesti. Tavallisilla latusuksilla **ei pidä lähteä** hoidetulta latuverkostolta!

(8) Moottorikelkkajalkien seuraamisessa **tulee olla** varovainen. Eksyminen on talvella aina vaarallista.

Virkkeissä ei eksplisiittisesti ilmaista, kenen on varauduttava tai oltava varovainen. Ensimmäinen virke (*Suunnistuksen on oltava varmaa*) ei ole nollapersoonailmaus, mutta siinäkin viitataan lukijaan epäsuorasti ja asetetaan vaatimuksia hänen taidoistaan. Ohjeet annetaan hyvin ehdottomina, mutta niissä jätetään epäselväksi, kenelle puhutaan. Toisaalta se selviää asiayhteydestä, ja lukija voi samaistua virkkeiden nollapaikkaan. Mutta miksi lukijaa ei voisi yhtä hyvin puhutella suoraan? Onko haluttu välttää liiallista käskemistä ja holhoavaa vaikutelmaa? Holhoava vaikutelma voi kuitenkin syntyä jo siitä, että asioista muistutetaan ja varoitetaan. Esimerkit 7 ja 8 koskevat retkeilyä talvella. Ehkä nollapersoonaa on käytetty siksi, että varoitukset koskevat vain niitä lukijoita, jotka retkeilevät talvella. He voivat samaistua virkkeiden avoimeen nollapaikkaan, kun taas muut lukijat voivat sivuuttaa varoitukset ajatellen, etteivät ne koske heitä.

Suoraa puhuttelua ja imperatiivimuotoja käytetään ohjeiden alussa, jossa muistutetaan ilmoituksen jättämisestä. Se voi koskea kaikkia retkeilijöitä vuodenajasta riippumatta. Imperatiivia käytetään myös turvallisuusohjeiden loppupuolella, jossa kehoitetaan tutustumaan muihin sivuihin ja niillä oleviin ohjeisiin ja vinkkeihin turvallisuudesta. Erilaisten tekstien

linkittäminen on tyypillistä verkkoviestinnässä, ja linkeissä usein käytetään suoria puhutteluja. Imperatiivi tuntuukin sopivan hyvin esimerkiksi seuraavaan kehotukseen: *Tutustu myös Retkeilyn ABC osiossa oleviin vinkkeihin turvallisuudesta.*

Imperatiivia ei sen sijaan käytetä lainkaan kieltomuodossa. Havainto vastaa Tolvasen (2016) tutkimustuloksia: myös Kelan verkkoteksteissä vältetään imperatiivimuotoisia kieltoja. Puhutteluun ei hänen aineistossaan ”yhdistetä voimakkaita lukijan toiminnanvapauden rajoituksia, kuten imperatiivimuotoisia kieltoja, vaan niitä ilmaistaan epäsuorasti, etäkohteliaisuuden keinoin” (Tolvanen 2016, 24). Näiden tulosten perusteella vaikuttaa siltä, että viranomaisteksteissä lukijaa voidaan puhutella suoraan, mutta puhuttelua kuitenkin vältetään kieltojen yhteydessä. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeissa vain yksi virke on kieltomuodossa: *Tavallisilla latusuksilla ei pidä lähteä hoidetulta latuverkostolta!* Siinä käytetään nollapersoonaa lukijan suoran puhuttelun sijaan. Saman asian voisi esittää myös näin: *Älä lähde hoidetulta latuverkostolta tavallisilla latusuksilla!* Sävy voisi kuitenkin vaikuttaa liian käskevältä. Ohjeissa käytetty virke on selkeä ja toimiva.

Yksin liikkumiseen liittyy aina riskejä, ja Suomessakin usein varoitellaan yksin vaeltamisesta. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeissa tällaista varoitusta ei kuitenkaan ole. Ohjeissa todetaan vain, että yksin liikkuvan tulisi jättää ilmoitus suunnitelmistaan – ja muistaa ilmoittaa myös perille tulonsa:

(9) Muista jättää ilmoitus itsestäsi, aikataulustasi ja reittisuunnitelmistasi ystäville ja läheisillesi, majapaikkaasi tai luontokeskuksiin. Ilmoita mahdollisuuksien mukaan myös reitti- ja aikataulumuutoksista. Alueen pelastuspalvelu on lakisääteisesti järjestetty, ja sen tavoittaa hätäkeskuksen kautta. Muista ilmoittaa saapumisesi perille, ettei etsijöitä hälytetä turhaan. Pelastuspalvelu laskuttaa turhista etsinnöistä. Muista, että puhelinnumero, johon hätätapauksessa pitää ensimmäisenä soittaa, on 112! Taustatietoa toiminnasta hätätilanteessa.

Suomalaisen kansallispuiston turvaohjeissa ei siis kielletä yksin vaeltamista, mutta lukija voi silti kokea holhoaviksi ohjeet ilmoitusten tekemisestä, kun vielä uhataan laskullakin (*Pelastuspalvelu laskuttaa turhista etsinnöistä*). Suomalaisissa ohjeissa ei kuitenkaan varoitella siitä, että sairaala olisi kaukana, vaikka Lapissa välimatkat ovat pitkiä. Yllättävää on, että edes ensiapupakkausta ei pidetä aivan välttämättömänä jokaiselle kulkijalle. Ensiapupakkausta koskeva ohje annetaan vain suosituksena: *Mukaan kannattaa ottaa myös ensiapupakkaus.*

### 5.4.2 Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeet

Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeet löytyvät valikosta *Plan Your Visit*, linkistä *Safety*. Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeet ovat pitkä tekstikokonaisuus, josta olen valinnut tarkempaan analyysiin vain osan. Otsikon *Turvallisuus (Safety)* jälkeen on kuva kahdesta vaeltajasta. Teksti alkaa kehotuksella tutustua ohjeisiin ennen vierailua kansallispuistoon. Sen jälkeen annetaan ohjeet, miten ilmoittaa hätätapauksista. Niiden jälkeen on rinnakkain kolme pientä kuvaa, jotka toimivat samalla linkkeinä alla oleviin turvallisuutta käsitteleviin teksteihin. Ensimmäinen teksti koskee turvallisuutta Denalin erämaassa yleisesti, toinen villieläinten kohtaamista ja kolmas yleisimpiä kysymyksiä karhuista. Aiheet viittaavat siihen, että tekstien sisäislukija on kauempaa tuleva vierailija, joka ei ole tottunut kulkemaan Alaskan luonnossa. Villieläinten ja karhujen kohtaamista käsitellään paljon, vaikka eläimet luultavasti karttavat ihmisiä, eivätkä siten ehkä ole suurin turvallisuusuhka. Kuitenkin kansallispuiston vierailijat saattavat pelätä karhujen kohtaamista, kun taas alaskalaiset ovat luultavasti tottuneet kohtaamaan villieläimiä ja tietävät, miten toimia sellaisessa tilanteessa. Turvallisuusohjeiden analyysissäni keskityn yleisiin turvallisuusohjeisiin, koska ne vastaavat sisällöltään parhaiten Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeita. Suomalaisissa ohjeissa ei käsitelty villieläimiä, mutta luultavasti karhun tai muun mahdollisesti vaarallisen eläimen kohtaaminen onkin paljon todennäköisempää Denalin kansallispuistossa kuin Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa.

Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeiden alussa on kuva kahdesta vaeltajasta, ja sen alla kuvateksti *Carrying bear spray is an important way to stay safe while exploring the park*. Kuvatekstissä ei puhutella lukijaa, vaan mainitaan tuote (*bear spray*), ja korostetaan sen tärkeyttä turvallisuuden kannalta. Karhusuihke on luultavasti tuttu tuote kaikille alaskalaisille, mutta ulkomailta tai Yhdysvaltain muista osavaltioista tulevia vierailijoita se voi hämmentää. Kyseessä on pippurisuihke, jolla voi puolustautua hyökkäävää karhua vastaan. Kuvassa olevilla vaeltajilla on rinkan hihnoin kiinnitetty punaiset pullot, jotka lukijan oletetaan tunnistavan tai arvaavan karhusuihkeeksi. Kuvatekstissä karhusuihketta ei ole selitetty mitenkään, mutta selitys löytyy myöhemmin turvallisuusohjeista kohdasta, jossa kerrotaan, miten tulee toimia, jos kohtaa karhun.

Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeet on otsikoitu sanalla *Safety*. Seuraava alaotsikko *Are you prepared?* puhuttelee lukijaa suoraan yksikön 2. persoonassa. Se ei näin ollen kuulosta yhtä virkakieliseltä kuin suomalaisen verkkotekstin *Ennakkovarustautuminen*.



Virkakielessä yleensä vältetään suoria kysymyksiä. Denali-tekstissä lukija johdatellaan turvallisuusohjeiden lukemiseen seuraavasti:

(10) Denali National Park is a wild, wonderful place to visit, but it is important to know the hazards before you head out into the park. Explore the sections below to prepare yourself for your Denali visit.

Ennakkovalmistautumisen tärkeys tuodaan eksplisiittisesti esiin: *it is important to know the hazards*. Sen jälkeen lukijaa puhutellaan suoraan yksikön 2. persoonan pronomini- ja verbimuodoilla. Tekstissä käytetään imperatiivia, kun lukijaa kehoitetaan tutustumaan turvallisuusohjeisiin.

Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeissa käytetään luettelomuotoa, aivan kuten Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeissakin. Denalin erämaan yleisissä turvaohjeissa luettelokohdat on otsikoitu lyhyesti: *Wildlife, Plants, Hypothermia, Injuries, Don't go alone* ja *Know thyself*. Otsikoiden jälkeen on lyhyet ja selkeät muutaman virkkeen mittaiset tekstit (ks. esimerkki 11). Osa virkkeistä on hyvin lyhyitä, kuten seuraavat: *Wildlife can behave unpredictably* tai *Be vary of falls*. Ohjeissa puhutellaan lukijaa suoraan yksikön 2. persoonassa. Lukijalle annetaan esimerkiksi seuraavat ohjeet tai kehotukset: *Do not intentionally approach wildlife* tai *You should always hike with at least one other person*. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeissa vältettiin imperatiivimuodon käyttöä kielloissa, mutta Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeissa imperatiivimuotoisia kieltoja on useita: *Do not intentionally approach wildlife, Do not eat berries* (– –) ja *Don't go alone*.

Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeissa lukija on huomioitu hyvin, koska teksti on selkeää ja ymmärrettävää, ja lisäksi lukijaa puhutellaan tekstissä suoraan. Toisaalta teksti voi vaikuttaa jopa hieman holhoavalta, ainakin kokeneen retkeilijän mielestä. Johdantotekstissä muistutetaan, että kokeneillekin erämaankävijöille voi sattua onnettomuuksia, jotka voivat johtaa loukkaantumiseen tai jopa kuolemaan. Tekstissä painotetaan, että onnettomuuksia voi sattua missä tahansa, joten alla olevat tiedot ovat tärkeitä *kaikille vierailijoille*. Ensikertalaiset todennäköisesti lukevat tekstejä huolellisemmin kuin puiston vakiokävijät tai muutoin kokeneet vaeltajat. Tekstissä kuitenkin erikseen muistutetaan, että aivan kaikkien olisi syytä perehtyä turvallisuusohjeisiin.

Holhoava vaikutelma syntyy myös esimerkiksi hypotermiaa koskevasta luettelokohdasta (esimerkki 11), jossa annetaan melko tarkat ohjeet pukeutumisesta ja muistutetaan sateen mahdollisuudesta. Mainoskuvissa tietysti paistaa aina aurinko, mutta kokenut vaeltaja tai

järkevä aloittelija osaa luultavasti tarkistaa sääennusteen ja varautua sateen varalle myös ilman, että siitä erikseen muistutetaan. Tekstissä ei ainoastaan muistuteta, kuinka sateella voi olla epämiellyttävää, vaan käytetään sanaa *hypotermia*. Hypotermia on sanana melko voimakas, mikä voi tuoda tehoa varoitukseen.

**(11) Hypothermia**

Hypothermia is always a factor in the subarctic. Rainy, chilly days are normal in summer. Dress in layers, preferably made of wool or synthetic material that is able to insulate you even when wet. Bring rain gear or an umbrella.

Varoituksia annetaan myös marjojen syömisestä: *Do not eat berries unless you know what they are, and are sure you have no allergy to them.* Kuinka todennäköistä on, että kansallispuiston vierailija söisi marjoja, joita hän ei tunne? Toisaalta viranomaisten tehtävä on huolehtia turvallisuudesta, ja kenties on perusteltua varoittaa myös marjojen syömisestä.

Holhoavin vaikutelma syntyy ohjeista, joissa kielletään menemästä kansallispuistoon yksin (*Don't go alone*) ja muistutetaan, että lähin sairaala on useiden tuntien matkan päässä. Lisäksi muistutetaan, että henkilöiden, joilla on jokin perussairaus, tulisi keskustella lääkäriinsä kanssa ennen matkaa:

(12) If you know you have a medical condition, such as a heart problem, talk to your doctor about your travel plans to see if there is anything you should do to ensure a safe trip.

Suomalaisissa ohjeissa tällaista varoitusta ei ole, vaan niissä ilmeisesti oletetaan, että esimerkiksi diabeetikot tai henkilöt, joilla on sydän- tai verisuonitauti, osaavat huomioida sairautensa suunnitellessaan retkeä kansallispuistoon.

Molempien kansallispuistojen turvallisuusohjeet on suunnattu hyvin laajalle lukijakunnalle, eikä niissä rajata selkeästi tiettyjä lukijaryhmiä ulkopuolelle. Sisäislukijaa ei ole rajattu tarkasti esimerkiksi iän tai sukupuolen perusteella. Tiettyä koulutusta tai koulutustasoakaan ei vaadita. Teksteissä ei ole vaikeita erikoisalojen termejä, jotka määrittäisivät sisäislukijaa. Aihevalinnat ja aiheiden käsittely viittaavat siihen, että sisäislukija on kauempaa tuleva vierailija ja mahdollisesti aloitteleva retkeilijä. Lähiseutujen asukas tai kokenut retkeilijä luultavasti osaa toimia turvallisesti ja huomioida vaaranaiheuttajat.

### **5.4.3 Pallas-Yllästunturin jätehuolto-ohjeet**

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston verkkosivuilla jätehuolto-ohjeita löytyy kahdesta eri paikasta. Niitä on sivulla, jossa käsitellään Pallas-Yllästunturin ohjeita ja sääntöjä, sekä

sivulla, jossa käsitellään Pallas-Yllästunturin palveluita. Ohjeissa ja säännöissä annetut ohjeet jätehuollosta alkavat seuraavasti:

(13) Kaikilla Metsähallituksen hallinnoimilla luonnonsuojelualueilla pyritään tulevaisuudessa roskattomaan retkeilyyn. Retkeilijöiden omatoimisuuteen ja vastuuntuntoon luotetaan. Uskotaan, että kulkijat pystyvät itse huolehtimaan omat roskansa pois maastosta ja toimittamaan ne huollettuihin ekopisteisiin. Pallas - Yllästunturin kansallispuistossa pyritään siirtymään roskattoman retkeilyyn muutaman vuoden kuluessa.

Jätehuolto-ohjeiden ensimmäinen kappale on yllättävä poikkeus verrattuna aiempiin teksteihin samalla sivulla, ja erityisen paljon se poikkeaa Pallas-Yllästunturin etusivulla olevasta mainosmaisesta esittelytekstistä. Lukijaa on aiemmissa teksteissä puhuteltu yksikön 2. persoonassa, tai lukijalle on tarjottu mahdollisuutta samaistua nollapersoonassa kirjoitettuun tekstiin, mutta nyt käytetäänkin runsaasti passiivia ja lukijoita puhutellaan epäsuorasti retkeilijöinä tai kulkijoina. *Retkeilijöiden omatoimisuuteen ja vastuuntuntoon luotetaan*, todetaan tekstissä. Lukijaa ei puhutella suoraan, mutta hän voi silti tuntea piston sydämessään. Teksti vaikuttaa syyllistävältä ja velvoittavalta, vaikka lukijaan vedotaan epäsuorasti.

Voisi kuvitella, että retkeilijät ovat luontoihmisiä, jotka arvostavat puhdasta, kaunista ja roskatonta luonnonympäristöä. Eikö heille ole itsestään selvää, että kuljettavat omat roskansa itse pois? Miten vastuullinen retkeilijä kokee esimerkin 13 tekstin? Hän saattaa todeta huolehtivansa omista roskistaan jo nykyään ja loukkaantua tekstin syyllistävästä sävystä. Toisaalta vastuullinen retkeilijä saattaa ajatella tyytyväisenä, että teksti ei varsinaisesti koske häntä itseään, vaan joitakin muita retkeilijöitä. Hän voi todeta, että vihdoinkin myös roskaavat retkeilijät alkavat huolehtia – tai laitetaan huolehtimaan – omista jätteistään.

Tekstissä käytetty ilmaus *roskaton retkeily* vaikuttaa ympäristöalan termiltä tai viranomaisten strategiapalaverissaan kehittämältä periaatteelta. Sanat ovat kuitenkin tuttuja kenelle tahansa, ja termi myös selitetään tekstissä. Roskattomuustavoitetta ei tekstissä perustella mitenkään. Onko roskattomuus yleinen ihanne ja jaettu tavoite? Näin voisi kuvitella. Kansallispuistoon mennään nauttimaan luonnosta, ja tuskin kukaan haluaa nähdä polkujen varsille heiteltyjä eväskääreitä tai muita roskia. Ilmeisesti roskaaminen on kuitenkin jonkinasteinen ongelma luontokohteissa, koska siihen on nyt puututtu. Ovatkohan viranomaiset kyllästyneet retkeilyalueiden siivoamiseen, mutta eivät voi sanoa sitä suoraan? Kenties heillä on yhä vähemmän resursseja siivota ja ylläpitää retkeilykohteita.

Tekstissä on selvästi viranomaisnäkökulma. Siinä käytetään paljon passiivia, mikä on tyypillistä virkakielelle. Myös 3. persoonan käyttö suoran puhuttelun sijaan antaa vaikutelman virkakielestä. Teksti kuulostaa viranomaisten strategiapuheelta. Onkohan teksti kopioitu lähes sellaisenaan jostakin muistiosta tai muusta viranomaisten omaan käyttöön tarkoitettusta asiakirjasta? Vaikuttaa siltä, että tekstin sisäislukija on ennemmin viranomainen kuin tekstin tavoiteltu vastaanottaja eli kansallispuiston vierailija.

Virkakieltä käsittelevässä luvussa 2.2.1 todettiin, että viranomaisviestinnässä keskitytään yleensä asiaan, ei asiassa toimiviin henkilöihin. Tekijän häivyttäminen on tyypillistä myös luontomatkailun kielelle, kuten luvussa 2.3 todettiin. Jätehuoltoa koskevassa tekstissä (esimerkki 13) käytetään verbien passiivimuotoja *pyritään*, *luotetaan* ja *uskotaan*. Tekstissä ei eksplisiittisesti ilmaista, kuka tai mikä pyrkii, luottaa ja uskoo. Alussa mainitaan kuitenkin, että Metsähallitus hallinnoi luonnonsuojelualueita. Se johdattaa tulkitsemaan tekstin niin, että Metsähallitus pyrkii roskattomaan retkeilyyn ja luottaa retkeilijöiden vastuuntuntoon. Passiivin avulla voidaan välttää vastuun ilmaisemista. Mutta miksi Metsähallitus ei halua ilmaista vastuutaan roskattomaan retkeilyyn siirtymisessä? Teksti vaikuttaa muutoinkin epämääräiseltä, ainakin kohdissa *pyritään siirtymään* ja *muutaman vuoden*. Ovatko tarkat hankesuunnitelmat vielä kesken, vai miksi siirtymistä ei voida luvata varmasti? Eikö hankkeen onnistumiseen uskota?

Miksi tekstissä käytetään passiivia, eikä puhutella lukijaa suoraan? Kuten luvussa 2.2.1 todettiin, passiivia käyttämällä voidaan suojella joko puhujan tai kuulijan kasvoja. Viranomaiset ovat vallankäyttäjän asemassa, ja siksi heidän tulee kiinnittää erityistä huomiota kohteliaisuuteen viestinnässään. Suorat käskyt voisivat vaikuttaa epäkohteliailta ja lukijaa alistavilta. Suoran puhuttelun välttäminen esimerkissä 13 ei kuitenkaan tuo tekstiin erityisen kohteliasta sävyä, vaan teksti vaikuttaa jopa syyllistävältä tai alentavalta: *Uskotaan, että kulkijat pystyvät itse huolehtimaan omat roskansa pois maastosta*. Asian voisi ilmaista myös käyttäen suoraa puhuttelua, esimerkiksi virkkeellä *Toimitathan roskasi ekopisteeseen* tai *Huolehdiathan roskasi pois maastosta*. Ne sisältäisivät implisiittisen oletuksen siitä, että lukija pystyy itse kuljettamaan roskansa pois.

Pallas-Yllästunturin ohjeissa ja säännöissä annetut jätehuolto-ohjeet (esimerkki 13) jatkuvat seuraavasti:

(14) Jätteiden lajittelua varten Pyhäkeron, Hannu- ja Nammalakurun tuvilla sekä Pallastunturin, Tunturi-Lapin ja Yllästunturin luontokeskuksessa on ekopisteet, joihin voi toimittaa lasi- ja

metallijätteet sekä vaaralliset jätteet. Biojätteen voi jättää kuivakäymälöihin ja palavat roskat polttaa tulentekopaikoilla.

Tässäkään kappaleessa ei puhutella lukijaa suoraan. Sen sijaan käytetään nollapersoonarakenteita *voi toimittaa*, *voi jättää* ja *(voi) polttaa*, jotka tarjoavat lukijalle mahdollisuuden samaistua avoimeen nollapaikkaan. Tämä nollapersoonassa kirjoitettu teksti vaikuttaa sävyltään melko neutraalilta.

Esimerkissä 14 oletetaan, että lukija hallitsee jätteiden lajittelun. Siinä ei selosteta esimerkiksi, mikä kaikki on biojätettä. Tekstissä ei myöskään kerrota, mitä tehdä muoviroksille. Ekopisteissä ei ole keräysastiaa muoville. Palavat roskat voi polttaa tulentekopaikoilla, mutta kuuluuko muovi palaviin roskiin? Tekstin sisäislukija on näin ollen henkilö, joka tietää, mitä tehdä jätteille. Hän osaa lajitella omat jätteensä ja huolehtia niistä asianmukaisesti.

Ohjetekstiä voi tarkastella myös sinä-asenteen näkökulmasta. Kuten luvussa 3.2 esitettiin, sinä-asenne tarkoittaa lukijoiden asemaan asettumista ja heidän tarpeidensa huomioimista. Varsinkin runsaasti passiivia sisältävässä, roskatonta retkeilyä käsittelevässä esimerkin 13 tekstissä asetutaan enemmän kirjoittajan kuin lukijan asemaan, mikä osoittaa sinä-asenteen puutetta. Jos pohditaan lukijan tarpeita, voidaan kysyä, mitä tietoa hän kaipaa? Lukija luultavasti etsii jätehuolto-otsikon alta tietoa siitä, minne toimittaa omat roskansa. Jätepisteiden sijainti kerrotaankin esimerkissä 14, joten tältä osin lukijan tarpeisiin on vastattu. Jätepisteiden sijainti voitaisiin esittää myös luettelomuodossa, jolloin lukija löytäisi etsimänsä tiedon vielä paremmin. Lisäksi lukija saattaisi tarvita ohjeita jätteiden lajitteluun. Ehkä lajitteluohjeita ei ole annettu, jotta teksti pysyisi lyhyenä. Tekstin selkeys, ja joskus lyhyyskin, voidaan tulkita lukijan huomioinniksi tai sinä-asenteeksi.

Jätehuolto-ohjeiden lopussa on vielä linkki lisätietoihin: *Lue lisää ympäristöä säästävästä retkeilystä*. Siinä on ainoa jätehuolto-ohjeissa esiintyvä imperatiivimuoto. Imperatiivi on hyvin luonteva tässä kohdassa, koska linkeissä on tapana käyttää suoraa puhuttelua. Tässä näkyy selvästi verkkoviestinnän vaikutus virkakieleen, jota käsiteltiin luvussa 2.2.3. Muu ohjeteksti on perinteisempää virkakieltä, mutta lopussa oleva linkki noudattaa verkkoviestinnän konventioita.

Jätehuollosta kerrotaan myös Palvelut-sivulla:

(15) **Jätehuolto**

Useimmilla kämpillä ja tuvilla on edelleen jäteastiat. Ylläs - Aakenus alueen laavuilta ja tuvilta on jäteastiat poistettu ja koko kansallispuiston alueella pyritään [roskattomaan retkeilyyn](#). Silloin retkeilijöiden odotetaan tuovan itse omat roskansa pois maastosta. Ekopisteitä on Nammalakurun, Hannukurun ja Pyhäkeron tuvilla. Ekopiste on myös Kellokkaan, Pallastunturin ja Tunturi-Lapin luontokeskuksissa.

Teksti on samankaltainen kuin kansallispuiston ohjeissa ja säännöissä olevat jätehuolto-ohjeet ja vaikuttaakin oikeastaan niiden lyhennetyltä versiolta. Tässäkään tekstissä lukijaa ei puhutella suoraan. Lukijoihin viitataan monikkomuodossa olevalla substantiivilla *retkeilijät*. Heihin kohdistetaan epäsuorasti odotuksia: *retkeilijöiden odotetaan*. Tekstissä käytetään paljon passiivia: *on poistettu*, *pyritään* ja *odotetaan*. Passiivimuotojen käytöllä on häivytetty näkyvistä, kuka tai mikä on poistanut, pyrkii ja odottaa. Tekijä tai vastuutaho jää siis piiloon, mikä on tyyppillistä sekä luontomatkailun kielelle (Dann 1996) että virkakielelle (Koskela 2006, 120).

#### 5.4.4 Denalin kansallispuiston jätehuolto-ohjeet

Denalin kansallispuiston sivuilla jätehuoltoa käsitellään tekstissä, jonka otsikko on *Leave No Trace*. Se löytyy melko hankalan polun takaa (*Plan Your Visit / Things To Do / Backpacking / Leave No Trace*), eikä välttämättä tavoita kaikkia vierailijoita. Kuitenkin vierailijoiden olisi hyvä lukea kyseinen teksti, jotta he osaisivat käsitellä jätteensä oikein. Varta vasten Denalin jätehuollosta tietoa etsivät verkkosivujen käyttäjätäkään eivät välttämättä löydä tekstiä. Sivustorakenne ei ole tältä osin kovin selkeä käyttäjien kannalta, eikä heijasta lukijoita huomioivaa sinä-asennetta. Tekstikokonaisuus ei suoraan vastaa analysoimiani Pallas-Yllästunturin jätehuolto-ohjeita, joten olen poiminut tekstistä erityisesti kohdan 3 *Dispose of Waste Properly*, jonka sisältö on lähimpänä suomenkielistä aineistoani. Kohdassa 3 annetaan seuraavat ohjeet:

(16) 3. Dispose of Waste Properly

Improper disposal of trash and human waste can have negative impacts on both the experience and the health of visitors and wildlife.

- Pack out everything you take into the backcountry. This includes all food waste, garbage, and even biodegradable material such as banana peels and egg shells.
- Solid human waste should be buried 6 inches deep and at least 200 feet from water, trails and camp. Ideally it is buried in deep organic soil. Pack out your toilet paper and sanitary products.
- Urinate away from drinking water sources and off formal trails.
- In certain areas of the park, Clean Mountain Cans (CMCs) are required for carrying out human waste. Learn more about Clean Mountain Cans.

Ohjeiden alussa herätellään lukijan vastuuntuntoa. Ohjeiden noudattamista perustellaan muiden ihmisten ja eläinten huomioimisella ja kunnioittamisella. Tässäkin mainitaan villieläimet, jotka olivat läsnä jo kansallispuiston esittelytekstissä. Oletuksena vaikuttaisi olevan, että lukijat ovat luonnonsuojeluhenkisiä ja välittävät eläinten elinolosuhteista.

Denalin jätehuolto-ohjeissa lukija on läsnä jo otsikoissa (koko tekstin otsikko *Leave No Trace* ja kohdan 3 otsikko *Dispose of Waste Properly*), joissa käytetään suoraa puhuttelua imperatiivimuodossa. Imperatiivia on myös luettelomuodossa esitetyissä ohjeissa: *pack out* (esiintyy 2 kertaa) ja *urinate*. Vaikka ohjeissa käsketään tai kehoitetaan suoraan, ne eivät vaikuta syyllistäviltä tai alentavilta. Ohjeiden antaja, kansallispuistoa hallinnoiva viranomais, on valta-asemassa lukijaan nähden, joten määräilevä kieli voisi vaikuttaa alentavalta tai ainakin epäkohteliaalta. Luvussa 2.2.1 todettiin, että suomalaisen kohteliaan viestinnän peruseräpäteisiin kuuluu lukijan itsenäisyyden kunnioittaminen. Tällöin saatetaan välttää suoria käskyjä. Virkkusen (2015, 74; 2016) mielestä imperatiivi ei kuitenkaan ole asiakasviestinnässä uhka, vaan ohjailu on lukijan edun mukaista. Yllä oleva esimerkki 16 osoittaa, että ainakin englanninkielisessä tekstissä imperatiivia voi hyvin käyttää.

Pallas-Yllästunturin kansallispuiston jätehuolto-ohjeissa (esimerkit 13–15) ei käytetty lainkaan imperatiivia. Passiivia sen sijaan esiintyi runsaasti. Myös Denalin kansallispuiston jätehuolto-ohjeissa käytetään passiivia jonkin verran: *should be buried, it is buried* ja *are required*. Passiivin käyttö ei kuitenkaan tuo tekstiin samanlaista strategiapuheen ja virkakielen sävyä kuin suomenkielisessä tekstissä. Denalin ohjeessa passiivimuodot vaikuttavat lähinnä tuovan vaihtelua tekstiin. Ehkä teksti olisi liian yksitoikkoinen, töksäyttelevä ja määräilevä, jos imperatiivia käytettäisiin joka virkkeessä.

Jätehuolto-ohjeiden (esimerkki 16) sisäislukija on yhdysvaltalainen, koska pituusmitat esitetään tuumina ja jalkoina: *Solid human waste should be buried 6 inches deep and at least 200 feet from water, trails and camp*. Sen sijaan turvallisuusohjeissa yhdysvaltalaiset mittayksiköt on muunnettu myös SI-järjestelmän mukaisiksi ja lisäksi on annettu havainnollistavia vertauksia, jotka auttavat hahmottamaan sopivan välimatkan. Esimerkiksi hirvien kohtaamisesta on annettu seuraava ohje: *Stay at least 25 yards (25m) or two bus-lengths away from moose*.

Denalin kansallispuiston jätehuolto-ohjeessa on annettu tarkat ohjeet jätteen kuljettamisesta pois maastosta tai niiden hautaamisesta maahan, joten sisäislukija voi olla aloitteleva

retkeilijä, joka ei vielä tiedä kaikkia sääntöjä. Kokeneelle vaeltajalle saattaa olla itsestäänselvyys, että jopa maatuvat jätteet, kuten banaaninkuoret ja WC-paperi, pitää kuljettaa pois kansallispuistosta. Joka tapauksessa sisäislukija on luonnonsuojeluhenkinen ja hyväksyy tiukat säännöt kaiken viemisestä pois.

Denalin kansallispuiston jätehuolto-ohjeet on kirjoitettu lukijan näkökulmasta. Lukijaa puhutellaan suoraan ja hänelle annetaan tarkat ja selkeät ohjeet. Ohjeet voi tosin olla vaikea löytää verkkosivujen polveilevan rakenteen takia, mutta muutoin ohjeissa painottuu vastaanottajanäkökulma, jota voidaan kutsua myös sinä-asenteeksi. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston jätehuolto-ohjeissa sen sijaan korostuu viranomaisnäkökulma, varsinkin esimerkissä 13, joka vaikuttaa viranomaisten strategiapuheelta. Ohjeissa ei puhutella lukijaa suoraan, vaan käytetään passiivia, nollapersoonaa tai 3. persoonaa. Tekstin sisäislukijaksi konstruoituakin enemmän viranomainen kuin varsinaiseen kohderyhmään kuuluva retkeilijä.



## 6 Pohdintaa lukijaviittauksista ja tekstien piirteistä

### 6.1 Ohjetekstit

Tässä alaluvussa käsittelen edellä analysoimiani ohjetekstejä ja pohdin, mitkä asiat vaikuttavat ohjeiden esittämisen tapoihin. Tarkastelen, millä tavoin ohjeita esitetään ja miten niitä voisi esittää. Kuten luvussa 2 totesin, kansallispuistot ovat julkinen, viranomaisten ylläpitämä palvelu. Näin ollen kansallispuistojen verkkosivut ovat viranomaisviestintää. Ei ole samantekevää, millä tavalla ohjeita, sääntöjä, käskyjä ja kehotuksia viranomaisteksteissä esitetään.

Kuten luvussa 2.2.1 esitettiin, viranomainen on vallankäyttäjän asemassa, ja siksi virkakielessä tulisi kiinnittää erityisen paljon huomiota asiakasystävällisyyteen ja kohteliaisuuteen. Tekstin lukija voi loukkaantua, jos viranomainen vielä korostaa valta-asemaansa käyttämällä alistavaa ja määräilevää kieltä. (Iisa 1997.) Alistava ja määräilevä kieli voi tietysti loukata ketä tahansa, missä tahansa tilanteessa. Se, milloin kieli on epäkohteliaan määräilevää ja milloin kohteliaista käskymuodosta huolimatta, voi olla tulkinnanvaraista (Korhonen 2010). Joka tapauksessa viranomaisten on hyvä huomioida asemansa ja pyrkiä kohteliaaseen kielenkäyttöön. Mutta tiedostavatko verkkosivujen lukijat viranomaisen valta-aseman, kun on kyse kansallispuistoista? Tiedostavatko he, että kansallispuistot ovat viranomaisten ylläpitämiä ja että nimenomaan viranomainen kieltää roskaamisen? Viranomaisten valta-asema on luultavasti selkeämpi silloin, kun viranomaiset myöntävät tai epäävät yksityishenkilöitä koskevia etuisuuksia. Lukijat eivät todennäköisesti suhtaudu yhtä henkilökohtaisesti verkkosivuilla esitettyyn roskaamiskieltoon kuin käskevään kieleen vaikkapa omaa terveydentilaa tai taloutta koskevissa viranomaiskirjeissä.

Viranomaisten on kiinnitettävä huomiota kielenkäyttöön myös lakisääteisesti. Yhdysvalloissa pyritään selkeään kielenkäyttöön, ja Suomessa hallintolain kielipykälän mukaan virkakielen tulee olla asiallista, selkeää ja ymmärrettävää. Asiallisuus liittyy tekstin sävyyn, eli esimerkiksi siihen, vaikuttaako teksti kohteliaalta vai määräilevältä. Viranomaisten onkin kiinnitettävä huomiota siihen, miten he esittävät pyyntöjä ja kehotuksia. Kielen selkeys puolestaan liittyy muun muassa siihen, että virkkeet ovat helposti hahmotettavia. (Tiililä 2015.) Suorat käskyt ja kehotukset, jotka voivat vaikuttaa epäkohteliailta, ovat monesti kuitenkin selkeämpiä kuin kohteliaisuuteen pyrkivät kiertoilmaukset. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston jätehuolto-ohjeet olisivat luultavasti

olleet selkeämmät, jos lukijoita olisi suoraan puhutellen pyydetty viemään roskansa pois luonnosta. Sen sijaan käytettiin passiivia ja 3. persoonaa: *Uskotaan, että kulkijat pystyvät itse huolehtimaan omat roskansa pois maastosta* (– –). Passiivimuoto on mahdollisesti tullut tekstiin roskatonta retkeilyä koskevasta hankemuistiosta tai muusta vastaavasta viranomaisten omaan käyttöön tarkoitettu tekstistä. Kirjoittaja on siinä huomionnut enemmän itseään kuin lukijaa. Virkakielen selkeydessä, asiallisuudessa ja ymmärrettävyydessä on kuitenkin pohjimmiltaan kyse lukijan huomioimisesta.

Lukijan huomiointia ohjeteksteissä voi tarkastella myös sinä-asenteen avulla. Kuten luvussa 3.2 esitettiin, sinä-asenteessa on kyse lukijan ottamisesta aidoksi viestintäkumppaniksi. Se ei välttämättä tarkoita lukijan suoraa puhuttelua 2. persoonan muodoilla, mutta varsinkin jätehuolto-ohjeissa Denalin kansallispuiston imperatiivimuotoiset 2. persoonassa esitetyt ohjeet vaikuttaisivat osoittavan enemmän sinä-asennetta kuin Pallas-Yllästunturin kansallispuiston passiivimuotoinen jätehuoltoteksti. Varsinkin mainoksissa on soveliaista kertoa, miten lukijat hyötyvät, jos toimivat ehdotetulla tavalla. Pallas-Yllästunturin jätehuolto-ohjeissa ei ole minkäänlaista mainintaa siitä, miksi ohjeita tulisi noudattaa. Denalin jätehuolto-ohjeissakaan (ks. esimerkki 16) ei osoiteta suoraa hyötyä lukijalle itselleen, mutta vedotaan kuitenkin hänen haluunsa toimia muiden vierailijoiden ja alueen elämistön hyväksi. Toisaalta sinä-asenteessa on kyse myös lukijan tarpeiden huomioon ottamisesta. Verkkosivuja käytetään usein tiedonhankintaan, joten on olennaista pohtia, mitä tietoa kansallispuistosivuston lukija etsii. Jätehuolto-ohjeita lukiessaan hän luultavasti haluaa saada selville, miten hävittää roskansa ja jätteensä kansallispuistossa. Vaikka Pallas-Yllästunturin kansallispuiston jätehuoltoteksti alkaa roskatonta retkeilyä koskevalla lähettäjakeskeisellä kappaleella (esimerkki 13), on seuraavassa kappaleessa (esimerkki 14) kerrottu ekopisteiden sijainti. Lukijalle kerrotaan, minne hän voi toimittaa roskansa. Denalin kansallispuiston jätehuolto-ohjeessa (esimerkki 16) ei tällaista mainintaa ole. Toisaalta niissä kerrotaan selkeästi, että lähes kaikki jätteet on kuljetettava pois kansallispuistosta.

Suoraa puhuttelua vältettiin Pallas-Yllästunturin kansallispuiston ohjeteksteissä monessa kohdassa. Kenties ohjeissa on haluttu kunnioittaa lukijan itsenäisyyttä, mikä kuuluu suomalaisen kohteliaan viestinnän perusperiaatteisiin (Iisa 1997). Suorat käskyt voivat loukata lukijan itsenäisyyttä, varsinkin jos käskyjä ei perustella (mt.). Jos on tarpeen rajoittaa lukijan toiminnanvapautta voimakkaasti, sitä ei yleensä ilmaista puhuttelemalla lukijaa

suoraan (Tolvanen 2016, 24). Onkohan myös niin, että suomalaiset ovat herkkiä holhoamiselle ja käskyttämiselle?

Imperatiivia käytettiin säästeliäästi Pallas-Yllästunturin kansallispuiston ohjeissa ja säännöissä. Turvallisuusohjeet alkoivat kappaleella, jossa retkeilijöitä muistutettiin jättämään ilmoitus aikataulustaan ja reitistään. Tällöin käytettiin imperatiivia (*ilmoita* ja *3 x muista*). Ohjeiden loppupuolella kehoitettiin verkkoviestinnälle tyypillisesti tutustumaan myös muihin sivuihin, ja asia ilmaistiin imperatiivimuodossa (*tutustu, katso*). Muutoin käytettiin nollapersoonaa (esim. *on varauduttava*) tai kerrottiin sääolosuhteista ilman minkäänlaisia lukijaviittauksia. Jätehuolto-ohjeet yllättivät tyylillään, sillä niissä ei ollut lukijoiden suoraa puhuttelua. Lukijoihin viittaavissa virkkeissä käytettiin passiivia ja nollapersoonaa. Ainoastaan ohjeiden lopussa olevassa linkissä lukijaa puhuteltiin imperatiivimuotoisessa kehotuksessa *lue lisää*. Suomenkielisissä ohjeissa ei käytetty kieltomuodossa olevia imperatiiveja lainkaan. Niiden välttäminen vaikuttaakin olevan tyypillistä suomalaisissa viranomaisteksteissä (ks. myös Tolvanen 2016). Denalin kansallispuiston ohjeissa, niin turvallisuus- kuin jätehuolto-ohjeissakin, käytettiin imperatiivia yleisesti, ja se vaikutti sopivan kyseisiin teksteihin. Englanninkielisissä ohjeteksteissä esiintyi yleisesti myös imperatiivissa olevia kieltoja.

Suomalaisen kansallispuiston verkkotekstien kirjoittaja on selvästi varovainen imperatiivin käytössä. Kuten yllä esitin, viranomaisen on oltava tarkkana siinä, miten esittää ohjeita, neuvoja ja käskyjä. Suorat käskyt voivat antaa epäkohteliaan vaikutelman. Kotuksen (s. d. a) mukaan imperatiivi sopii kuitenkin myös viranomaisteksteihin. Imperatiivi ei vaikuta tylyltä tai määräilevältä, kun ohjeen noudattamisesta on lukijalle hyötyä tai kun lukijan omat tavoitteet ovat samansuuntaiset. Myöskään Virkkusen (2015, 74; 2016) mielestä imperatiivi ei ole asiakasviestinnässä uhka, sillä ohjailu on lukijan edun mukaista. Imperatiivin käyttöä lukijan toiminnanvapauden rajoituksissa, toisin sanoen kielloissa, voi kuitenkin olla syytä välttää suomenkielisissä teksteissä.

## 6.2 Sisäislukija

Tämä alaluku on yhteenveto analyysiosiossa tekemistäni havainnoista ja tulkinnoista koskien tekstien sisäislukijaa. Lisäksi pohdin sisäislukijapiirteisiin vaikuttavia seikkoja. Aineistooni kuuluvissa kansallispuistojen verkkoteksteissä ei ollut kovin vahvoja lukijaoletuksia siinä mielessä, että jokin ihmisryhmä olisi rajattu pois. Analyysini perusteella sisäislukija ei

edustanut tiettyä ikäryhmää tai sukupuolta. Sisäislukijaa ei ollut rajattu myöskään tietyn koulutuksen tai ammatin, kulttuuritaustan tai vaikkapa varallisuuden mukaan. Toisaalta kansallispuistothan ovat kaikille avoimia nähtävyyksiä. Näin ollen olisi erikoista, jos kansallispuistojen verkkosivujen tekstit olisi kohdistettu vain hyvin rajatulle lukijakunnalle. Vahvojen lukijaoletusten puuttuminen mahdollistaa laajan ja heterogeenisen lukijakunnan.

Kansallispuistot ja niiden verkkosivut ovat viranomaisten ylläpitämiä, joten verkkosivuilla käytetään virkakieltä – vaikka siinä voi näkyä vaikutteita myös muunlaisesta kielenkäytöstä, kuten matkailun kielestä omassa aineistossani. Suomen hallintolain mukaan virkakielen on oltava asiallista, joten viranomaiset eivät voi käyttää räikeää tai loukkaavaa kieltä. Räikeä kieli voisi vaikuttaa lukijaoletuksiin ja siten rajata tekstien sisäislukijaa. Kielen asiallisuus on erityisen tärkeää etuisuspäätöksissä tai muissa yksityishenkilöitä koskevissa asioissa. Silti myös laajalle lukijakunnalle suunnattujen tekstien, kuten verkkosivuilla julkaistujen ohjeiden ja neuvojen, on oltava asiallisia. Tekstien asiallisuus vaikuttaa viranomaisten uskottavuuteen. Lisäksi viranomaisilla on valtaa, jota heidän ei tule käyttää väärin.

Kansallispuistojen esittelyteksteissä sisäislukija rajautuu sen mukaan, millaisista retkeilijöistä teksti antaa viitteitä. Esittelytekstien perusteella Pallas-Yllästunturin kansallispuisto ja Denalin kansallispuisto eroavat toisistaan. Pallas-Yllästunturin kerrotaan olevan kävijämäärältään Suomen suosituin. Siellä retkeilijä on *hyvien palvelujen ympäröimänä*. Sisäislukija on siis retkeilijä, joka etsii melko turvallista ja helppoa vaellus- tai luontomatkailukohdetta. Häntä ei haittaa, vaikka poluilla tulee vastaan paljon muita retkeilijöitä. Paitsi sosiaalinen, sisäislukija on myös aktiivinen ja liikunnallinen. Denalin kansallispuiston esittelytekstissä korostetaan alueen erämaisuutta ja rauhaa. Se on villieläinten valtakuntaa, jossa kulkijat voivat nauttia yksinäisyydestä. Denalin esittelytekstistä ilmenevä sisäislukija on siis kokeneempi vaeltaja, joka etsii aitoa erämaaelämystä, rauhaa ja hiljaisuutta hyvien palveluiden sijaan.

Molempien kansallispuistojen turvallisuusohjeet on suunnattu laajalle lukijakunnalle, eikä niissä ole kovin vahvoja lukijaoletuksia. Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeiden alussa korostetaan, että ne koskevat *kaikkia vierailijoita*. Kokenut vaeltaja voisi helposti sivuuttaa ohjeet ajatellen, että hän tietää jo kaiken tarpeellisen. Alun vetoamus viittaa siihen, että sisäislukija olisi kokenut retkeilijä. Toisaalta ohjeita annetaan myös asioista, joita ainakin kokeneet retkeilijät voisivat pitää itsestäänselvyyksinä. Sen perusteella sisäislukija olisi aloitteleva retkeilijä. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeissa varoitetaan

muun muassa eksymisestä, sään vaihdoksista tunteilla ja talviretkeilyn vaativuudesta. Paikalliset asukkaat ja kokeneet (talvi)retkeilijät varmasti tietävät vaarat ja osaavat liikkua haastavissakin olosuhteissa. Ohjeteksti viittaakin siihen, että sisäislukija olisi aloitteleva retkeilijä – tai hieman kokenempi retkeilijä, joka saattaisi yliarvioida omat taitonsa.

Jätehuoltoa koskevat ohjeet tarjoavat yllätyksen: Pallas-Yllästunturin kansallispuiston ohjeet kuulostavat viranomaisten strategiapuheelta. Niissä sisäislukija on ennemmin viranomainen kuin kansallispuiston vierailija. Retkeilijöiden omatoimisuutta ja vastuuntuntoa ei pidetä itsestäänselvyytenä, vaan ne tuodaan tekstissä eksplisiittisesti esiin. Sisäislukijan voisi siis ajatella olevan myös roskaava retkeilijä, jonka vastuuntuntoon tekstillä pyritään vetoamaan. Sisäislukija osaa kuitenkin lajitella jätteet ja tietää esimerkiksi, mitä kuuluu biojätteisiin ja mitkä ovat palavia roskia. Denalin kansallispuiston jätehuolto-ohjeessa on annettu tarkat ohjeet jätteiden kuljettamisesta pois maastosta tai niiden hautaamisesta maahan, joten sisäislukija voi olla aloitteleva retkeilijä, joka ei vielä tiedä kaikkia sääntöjä. Sisäislukija on luonnonsuojeluhenkkinen ja hyväksyy tiukat säännöt kaiken viemisestä pois.

Termit ja kulttuurispesifit ainekset voisivat myös rajata ja määrittää sisäislukijaa. Denalin kansallispuiston teksteissä mainitaan useita retkeilytermejä, jotka koskevat retkeilyä nimenomaan Denalin kansallispuistossa. Tällaisia ovat ainakin karhun karkoittamiseen käytettävä pippurisuihke, karhusuihke (*bear spray*) ja karhunkestävä ruokasäiliö *Bear Resistant Food Container (BRFC)*, joka nimensä mukaisesti pitää retkeilijöiden ruuat karhujen ulottumattomissa. Nämä termit esiintyivät aineistossani turvallisuusohjeissa. Kansallispuiston tietyissä osissa pitää roskien lisäksi kuljettaa pois myös ihmisten jätökset. Tähän tarkoitukseen käytetään säiliötä nimeltä *Clean Mountain Can (CMC)*, joka mainittiin jätehuolto-ohjeissa. Nämä termit voisivat rajata tekstien lukijakuntaa, ellei niitä olisi selitetty. Kauempaa tulevat ensikertalaiset eivät luultavasti ole tottuneet suojautumaan karhuilta, joten heille tällainen sanasto ei ole entuudestaan tuttua. Varsinkin pelkät lyhenteet *BRFC* ja *CMC* olisivat hyvin hämmentäviä tällaisille lukijoille. Pallas-Yllästunturin jätehuolto-ohjeissa puolestaan puhutaan *roskattomasta retkeilystä*. Se vaikuttaa viranomaisten strategiapalavereissaan kehittämältä periaatteelta, jonka ainakin luonnonsuojeluhenkiset konkariretkeilijät ovat omaksuneet. Roskaton retkeily selitetään tekstissä, ja lisäksi tekstin lopussa on linkki lisätietoihin aiheesta, joten aloittelijakin ymmärtää tai saa selville, mistä on kyse.

### 6.3 Sinä-asenne

Tässä alaluvussa kokoan yhteen havaintojani, ja esitän uusiakin pohdintoja, koskien sinä-asenteen ilmenemistä aineistossani. Aloitan pohtimalla verkkosivujen laajuutta ja rakennetta, ennen teksteistä ilmenevän sinä-asenteen käsittelyä. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston verkkosivuilla tekstejä on vähemmän kuin Denalin kansallispuiston sivuilla, ja Pallas-Yllästunturin kansallispuiston tekstit ovat myös lyhyempiä. Tällöin lukija jaksaa paremmin lukea kaiken tekstin tai pystyy helpommin selaamaan sen läpi. Toisaalta jotakin lukijan kannalta tärkeää voi puuttua, eikä lukija löydä etsimäänsä tietoa. Denalin kansallispuiston verkkosivuilla tekstit ovat pitempiä, niitä on enemmän, ja linkit johtavat aina uusiin teksteihin. Lukijan voikin olla vaikea löytää etsimäänsä tietoa tekstipaljoudesta, vaikka lähes kaikki mahdollinen tieto olisi tarjolla. Näiden havaintojen perusteella on vaikea tehdä yksiselitteistä tulkintaa sinä-asenteesta, sillä siihen vaikuttavat sekä lukijan huomiointi sivustorakenteen selkeyden kautta että lukijan tarvitseman tiedon tarjoaminen. Sivustorakenteen selkeyden perusteella Pallas-Yllästunturin kansallispuiston sivut ilmentävät sinä-asennetta. Mutta tämän tutkimuksen perusteella on mahdotonta sanoa, löytyykö sivuilta kaikki lukijan tarvitsema tieto. Pallas-Yllästunturin ja Denalin kansallispuistojen sivuilla on eri määrä tekstiä, mutta johtuisikohan se siitä, että Suomessa asiat on tapana esittää lyhyesti ja ytimekkäästi ja angloamerikkalaisessa kulttuurissa hieman monisanaisemmin?

Sinä-asenteessa on kyse lukijan ottamisesta aidoksi viestintäkumppaniksi. Se voi näkyä tekstissä eksplisiittisesti lukijan puhuttelussa 2. persoonan muodoilla. Denalin kansallispuiston ohjeteksteissä käytettiin lukijalle suunnattuja kysymyksiä ja imperatiivimuotoisia kehotuksia (esim. *Are you prepared?* tai *Pack out everything you take into the backcountry.*), jotka vaikuttivat sopivan teksteihin hyvin ja myös ilmentävän sinä-asennetta. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston jätehuoltotekstissä lukijan suoraa puhuttelua vältettiin ja sen sijaan käytettiin paljon passiivia, mikä toi tekstiin kirjoittajan näkökulman. Kyseinen teksti ei näin ollen ilmentänyt sinä-asennetta. Joskus voi tietysti olla olennaista välittää kirjoittajan näkökanta, kuten Jameson (2004a, 228) toteaa, mutta analysoimiini Pallas-Yllästunturin kansallispuiston jätehuolto-ohjeisiin olisi sopinut lukijan huomiointi suoran puhuttelun avulla.

Sinä-asenteessa on toki kyse paljon muustakin kuin lukijan puhuttelusta – eikä lukijan puhuttelu kaikissa tapauksissa edes ilmennä sinä-asennetta, kuten luvussa 3.2 todettiin. Esittelyteksteistä toisessa lukijaa puhutellaan yksikön 2. persoonassa (Pallas-Yllästunturin

kansallispuisto) ja toisessa ei (Denalin kansallispuisto). Kuitenkin ne molemmat ilmentävät sinä-asennetta siinä mielessä, että ne tarjoavat lyhyen ja ytimekkään yleiskuvan kyseisistä kansallispuistoista, jonka perusteella lukija voi jo tehdä päätelmiä siitä, sopiiko kansallispuisto hänen vierailukohteekseen. Lisäksi matkailun kielen piirteitä sisältävät esittelytekstit vastaavat lukijan mahdolliseen tarpeeseen tunnelmoida tulevaa kansallispuistovierailuaan etukäteen.

Puhuttelu- ja verbimuotojen lisäksi sinä-asennetta kannattaakin tarkastella sen perusteella, huomioiko teksti lukijan huolet ja tarpeet. Verkkosivuja käytetään erityisesti tiedon hakuun, joten on perusteltua kysyä, mitä tietoa lukija etsii ja löytääkö hän etsimänsä. Lukija ei luultavasti oleta löytävänsä kaikkea tietoa etusivulla olevasta esittelytekstistä, joka oli molempien kansallispuistojen sivuilla melko lyhyt. Lukijan kannalta tärkeää olisi, että etusivu on selkeä, sillä se toimii ikään kuin sisällysluettelona (Svinhufvud 2005). Sivustorakenteen tulisi myös olla looginen, sillä se helpottaisi käyttäjän tiedonhakua. Jätehuolto-ohjeista lukija luultavasti haluaa saada selville, miten hävittää roskansa ja jätteensä kansallispuistossa. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston jätehuoltotekstissä kerrotaan ekopisteiden sijainti. Lukija saa näin tiedon, minne toimittaa roskansa. Palavat roskat voi polttaa tulentekopaikoilla tai biojätteen jättää kuivakäymälöihin. Oletuksena on, että lukija osaa lajitella jätteensä, sillä lajitteluohjeita ei jätehuolto-ohjeissa anneta. Denalin kansallispuiston jätehuolto-ohjeessa ei ole mainintaa jätepisteistä, mutta ohjeessa on selkeät ohjeet siitä, mitä jätteille saa tai pitää maastossa ollessa tehdä. Ehkä oletuksena on, että vierailija kuljettaa kierrätettävät jätteensä takaisin kotiin ja huolehtii niistä siellä tavalliseen tapansa. Tekstintutkimuksen keinoin ei aivan tyhjentävästi selvinnyt, löytyykö ohjeista lukijan tarvitsema ja etsimä tieto. Tutkimusta voisikin jatkaa kysymällä todellisilta lukijoilta, mitä tietoa he ohjeteksteistä etsivät ja löysivätkö he etsimänsä tiedon.

Sinä-asenne on kehitetty markkinointi- ja yritysviestinnässä, mutta se voisi sopia myös viranomaisviestintään. Kuten jo tutkielmani johdannossa totesin Salli Kankaanpään (2006) tutkimukseen viitaten, viranomaisten teksteistä on tullut entistä palvelevampia ja myyvämpiä, mikä tarkoittaa viime kädessä lukijan huomiointia. Merja Koskelan (2006, 2005) mukaan viranomaisviestintään on kohdistunut muutospainetta verkkoviestintään siirtymisen myötä. Hän käyttää termiä *vastaanottajakeskeisyys*, joka on tyypillistä verkkoviestinnälle. Vastaanottajakeskeinen teksti on selkeää ja helposti ymmärrettävää, ja se ottaa huomioon lukijan tarpeet ja odotukset. Viranomaisten on kiinnitettävä huomiota kielenkäyttöönsä myös

lakisääteisesti. Yhdysvalloissa pyritään selkeään kielenkäyttöön, ja Suomessa hallintolakiin sisältyy palveluperiaate ja kielipykälä, jonka mukaan virkakielen tulee olla asiallista, selkeää ja ymmärrettävää. Kaiken tämän perusteella voisikin ajatella, että nykyään viranomaisviestinnältä suorastaan edellytetään sinä-asennetta.

## **6.4 Kulttuurierot teksteissä**

Valitsin aineistooni suomalaisen kansallispuiston lisäksi yhdysvaltalaisen kansallispuiston, jotta voisin tarkastella ja pohtia myös kulttuurin vaikutusta teksteihin. Huomioidaanko lukija eri tavoin eri kulttuureissa? Vaikuttaako kulttuuri lukijan puhutteluun?

Molempien kansallispuistojen esittelyteksteissä luotiin positiivisia mielikuvia kyseisistä kansallispuistoista, joten siinä mielessä kummassakin oli vaikutteita matkailun kielestä. Kuitenkin esimerkiksi adjektiivien superlatiivimuotoja esiintyi enemmän Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstissä. Lisäksi tekstissä puhuteltiin lukijaa suoraan yksikön 2. persoonassa, kun taas Denalin kansallispuiston esittelytekstistä suora puhuttelu puuttui kokonaan. Pallas-Yllästunturin esittelyteksti vaikuttikin mainosmaisemmalta kuin Denalin esittelyteksti. Tulos on yllättävä, sillä oletin suomalaisen tekstin olevan hillitympää kuin yhdysvaltalaisen.

Ohjeteksteissä asetelma kääntyi toisin päin: suomalaisissa teksteissä oltiin varovaisia ja vältettiin lukijan puhuttelua ja suoraa ohjailua tai käskemistä imperatiivimuodossa, kun taas yhdysvaltalaisissa teksteissä lukijaa puhuteltiin suoraan imperatiivimuodossa. Erityisesti suomenkielissä ohjeissa vältettiin imperatiivimuotoisia kieltoja. Niitä ei ollut Pallas-Yllästunturin kansallispuiston ohjeteksteissä lainkaan, kun taas Denalin kansallispuiston ohjeteksteissä niitä esiintyi useampia. Vaikka suomalaista viestintää pidetään usein suorasanaista ja suoraan asiaan menevänä, niin vaikuttaa siltä, että suomalaisessa virkakielessä voimakkaat lukijan toiminnanvapauden rajoitukset pyritään esittämään epäsuorasti, kun taas englanninkielisessä tekstissä voidaan kiellot esittää imperatiivimuodossa puhuttelemalla lukijaa suoraan.

Pallas-Yllästunturin ohjeteksteissä esiintyi nollapersoonaa ja passiivia, jotka tekivät teksteistä lähettäjakeskeisiä perinteisten viranomaistekstien tapaan. Erityisen selkeästi lähettäjakeskeisyys näkyi jätehuolto-ohjeissa. Denalin ohjetekstit, joissa käytettiin sujuvasti imperatiivia, sen sijaan vaikuttivat enemmän vastaanottajakeskeisiltä.



Pallas-Yllästunturin ohjeteksteissä otsikot olivat lyhyitä ja ytimekkäitä (*Ennakkovarustautuminen, Turvallisuus ja Jätehuolto*), eikä niissä puhuteltu lukijaa. Ne loivat omalta osaltaan vaikutelmaa asiallisesta ja virallisesta kielenkäytöstä. Denalin kansallispuiston ohjetekstien otsikoissa lukijaa puhuteltiin suoraan (esimerkiksi *Are you prepared?* ja *Stay Safe in Denali's Wilderness*). Vastaanottajakeskeisyys näkyi siis jo otsikoinnissa.

Denalin kansallispuiston turvallisuusohjeista välittyi jossain määrin holhoava vaikutelma, koska niissä muun muassa kiellettiin lähtemästä maastoon yksin ja muistuteltiin, että lähin sairaala on kaukana. Lukijan voisi olettaa tietävän ja osaavan huomioida tällaiset asiat. Toisaalta Pallas-Yllästunturin kansallispuiston turvallisuusohjeissa muistutettiin retkeilijöitä tekemään ilmoitus retkisuunnitelmistaan. On lähes itsestään selvää, että näin kuuluisi toimia, mutta luultavasti kaikki retkeilijät eivät kuitenkaan ilmoituksia tee. Ilmoituksista muistuttelu voi tuntua holhoavalta. Suomenkielisessä tekstissä sisällön lisäksi muoto voi välittää holhoavaa vaikutelmaa, sillä imperatiivi voidaan kokea toimintaa rajoittavana ja jossain määrin holhoavana. Ensivaikutelmani turvallisuusohjeista oli, että Denalin kansallispuiston teksti olisi holhoavampi kuin Pallas-Yllästunturin teksti, mutta syvällinen tarkastelu osoitti, että lukijat voisivat kokea molemmat tekstit holhoaviksi. Tekstien holhoavuudesta olisi kiinnostavaa kysyä myös todellisilta lukijoilta, koska nyt tulkintani perustuu pitkälti omaan subjektiiviseen arviooni.

## 6.5 Verkkosivujen tekstilaji

Ennakko-oletukseni tätä tutkielmaa aloittaessani oli, että kansallispuistojen verkkosivujen tekstit ovat hybridiluonteisia, eli niissä yhdistyy useampi tekstilaji. Määrittelin tekstilajin erityisesti toimintaa korostavan määritelmän mukaisesti, jolloin tekstilaji voidaan katsoa kielellisesti toteutuneeksi sosiaalseksi toimintatyypiksi (TTP 2018e). Näin ollen katsoin viranomaistekstien edustavan aina virkakieltä. Koska kansallispuistot ovat paitsi suojelualueita myös matkailukohteita, oletin, että niiden verkkosivuilla virkakieli saisi vaikutteita matkailun kielestä.

Näin tapahtuikin molempien kansallispuistojen etusivuilla. Etusivujen tarkoitus on luoda positiivista mielikuvaa (Svinhufvud 2005), tässä tapauksessa kyseisistä kansallispuistoista. Etusivuilla oli maisemavalokuvia, jotka houkuttelevat vierailemaan ja retkeilemään puistoihin. Matkailun kielen tapaan teksteissä keskityttiin positiivisiin asioihin ja

houkuttavien mielikuvien luomiseen. Matkailun kielessä käytetään myös superlatiiveja, joiden avulla matkakohdetta arvotetaan. Superlatiiveja esiintyi erityisesti Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstissä, esimerkiksi kohdassa *Täällä hengität Euroopan puhtainta ilmaa*. Denalin kansallispuiston esittelytekstissä oli yksi superlatiivimuoto kohdassa, jossa kerrottiin, että kansallispuistossa sijaitsee Pohjois-Amerikan korkein vuori. Lisäksi matkailun kielessä korostetaan matkakohteiden aitoutta ja eksotiikkaa. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstissä se näkyi ainakin mainintana *elävistä tunturikylistä*, joihin retkeilijä pääsee. Denalin kansallispuistoa kuvailtiin villieläinten valtakunnaksi ja paikaksi, jossa voi nauttia erämaan rauhasta.

Adjektiivien superlatiivimuodot ja houkuttavien mielikuvien maalailu voivat kuulostaa vierailta piirteiltä virkakielessä. Tavallinen kadunmies saattaisi pitää virkakieltä puisevana kapulakielenä. Lain mukaankin viranomaisten käyttämän kielen on oltava asiallista. Virkakieli ei kuitenkaan ole yksi tietynlainen, yhtenäinen ja muuttumaton kielimuoto, vaan siihen yhdistyy kielenkäyttötapoja muilta elämänalueilta. Esimerkiksi hallinnolliset tekstit, kuten kaavoituspäätökset, voivat saada vaikutteita insinööritieteiden kielenkäytöstä. Tyypillinen esimerkki olisi myös viranomaispäätös, jossa on piirteitä lakitekstistä. Tutkimissani kansallispuistojen esittelyteksteissä virkakieleen puolestaan yhdistyi matkailun kielen piirteitä.

Toisaalta suomenkielinen aineistoni tarjosi yllätyksen: syvemmälle sivurakenteessa mentäessä teksteissä olikin enemmän perinteistä virkakieltä kuin vaikutelmia matkailun kielestä. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstissä esiintyi edellä mainitsemiani matkailun kielen piirteitä. Lisäksi lukijaa puhuteltiin suoraan yksikön 2. persoonassa, mutta ohjeteksteissä puhuttelua vältettiin. Erityisesti jätehuolto-ohjeessa oli selvästi viranomaisnäkökulma. Siinä käytettiin paljon virkakielelle tyypillistä passiivia, mikä sai tekstin kuulostamaan viranomaisten strategiapuheelta. Myös 3. persoonan käyttö suoran puhuttelun sijaan (esimerkiksi kohdassa *kulkijat pystyvät itse huolehtimaan omat roskansa pois*) antoi vaikutelman virkakielestä. Lisäksi ohjeissa käytettiin nollapersoonaa, joka tuo tekstiin asiallista ja virallista sävyä, mutta toisaalta antaa lukijalle mahdollisuuden asemoida itsensä tekstiin.

Lukijan puhuttelu onkin yksi piirteistä, joihin tekstilaji vaikuttaa. Matkailun kielessä esiintyy yksilöllistämistä, johon käytetään keskustelevaa tyyliä, lukijalle suunnattuja kysymyksiä ja 2. persoonan pronomineja. Denalin kansallispuiston teksteissä näitä keinoja käytettiin kuitenkin

enemmän ohjeteksteissä kuin kansallispuiston esittelytekstissä, jonka voisi olettaa muistuttavan matkailumainosta. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelytekstissä puolestaan lukijaa puhuteltiin suoraan yksikön 2. persoonassa, ja tekstissä oli muitakin matkailun kielen piirteitä. Sen sijaan Pallas-Yllästunturin ohjeteksteissä lukijan suoraa puhuttelua käytettiin säästeliäästi tai jopa vältettiin, minkä vuoksi tekstit, ja erityisesti jätehuolto-ohjeet, vaikuttivat perinteisiltä virkateksteiltä. Tulos on samansuuntainen kuin Merja Koskelan (2005) tutkimuksessa koskien verohallinnon verkkosivustoa: mitä syvemmälle sivustorakenteessa mennään, ”sitä vähemmän käytetään suoraa puhuttelua ja enemmän passiivia ja kolmatta persoonaa” (mt. 266).

Lukijan suora puhuttelu ei ole ainoastaan matkailun kielen piirre, vaan myös verkkoviestinnän, jossa korostuu vastaanottajakeskeisyys. Kansallispuistojen verkkosivuilla virkakieleen ei yhdisty ainoastaan matkailun kieltä, vaan myös verkkoviestinnän kieltä. Tässä tutkielmassa olisikin voinut olla hyvä käsitellä tarkemmin myös verkkoviestinnän piirteitä ja niiden vaikutusta lukijaviittauksiin. Siitä saisi myös aiheen jatkotutkimukseen. Toisaalta voi olla vaikea määritellä tiettyjä piirteitä kuuluvaksi tiettyyn tekstilajiin, sillä, kuten luvussa 2.1 todettiin, tekstilajit sekoittuvat ja eri lajien rajat hämärtyvät. Yksi matkailun kielelle tyypillinen piirre on suostuttelu, mutta kuten luvussa 2.2.2 todettiin, viranomaisviestintäkin on markkinaistumisen myötä muuttunut suostuttelevammaksi. Virkakielen markkinaistuminen ja verkkoviestinnän vaikutukset kietoutuvat osin yhteen, ja loppujen lopuksi voi olla vaikea vastata yksiselitteisesti kysymykseen siitä, mitkä piirteet johtuvat tietyn tekstilajin muuttumisesta ajan saatossa ja mitkä piirteet jonkin toisen tekstilajin vaikutuksesta yksittäisessä aineistossa.

Valitsin aineistooni esittelytekstien lisäksi ohjetekstejä. Näin jälkikäteen herää kysymys, oliko edes perusteltua olettaa matkailun kielen vaikutuksen näkyvän myös niissä. Ovatko ohjeet sittenkin oma, erillinen tekstilajinsa, jolla on omat piirteensä? Viranomaisteksteissä virkakieleen voisi näin ollen yhdistyä myös ohjeille tyypillisiä piirteitä. Tutkimukseni antoi joka tapauksessa viitteitä siitä, että kansallispuistojen verkkosivut eivät ole yksi, yhtenäinen tekstilaji, jossa yhdistyisivät ainoastaan virkakieli ja matkailun kieli. Sen sijaan verkkosivut ovat kokoelma erilaisia tekstejä ja tekstityyppejä.

## 7 Lopuksi

Tässä pro gradu -tutkielmassa käsittelin kansallispuistojen verkkotekstien lukijaviittauksia. Ensinnäkin tutkin selkeästi näkyvillä olevia piirteitä. Yksi tällainen piirre on lukijan puhuttelu, joka on yhteydessä tekstilajiin. Tein kiinnostavia havaintoja, kuten sen, että suomenkielisessä aineistossa ei esiintynyt lainkaan imperatiivimuotoisia kieltoja, ja muutoinkin imperatiivin käyttöä vältettiin. Englanninkielisessä aineistossa sen sijaan imperatiivia käytettiin, myös kieltomuodossa. Suomen kielessä yksi tapa välttää suoraa puhuttelua on nollapersoonaa. Nollapersoonaa käytettiin aineistossani tilanteissa, joissa esitetty asia ei koskenut kaikkia lukijoita. Tällöin lukijalla oli halutessaan ja tilanteestaan riippuen mahdollisuus samaistua nollapersoonarakenteen avoimeen nollapaikkaan. Puhuttelun lisäksi tarkastelin myös muunlaista lukijan huomiointia, erityisesti teksteissä ilmenevää sinä-asennetta.

Toiseksi analysoin tekstien implisiittisiä lukijaviittauksia, eli tekstien taustalla vaikuttavia lukijoihin liittyviä oletuksia. Tässä hyödynsin sisäislukijan käsitettä. Analysoin siis tekstintutkimuksen ja lähiluvun keinoin tekstien sisäislukijaa, teksteistä ilmenevää oletettua lukijaa. Sisäislukija on löydettävissä tutkimalla niitä ominaisuuksia, arvoja ja asenteita, joita teksti lukijaltaan edellyttää. Aineistooni kuuluvissa kansallispuistojen verkkoteksteissä sisäislukija ei määrittynyt sellaisten ominaisuuksien, kuten iän, sukupuolen, koulutuksen, ammatin, kulttuuritaustan tai varallisuuden mukaan. Tällaisiin ominaisuuksiin perustuva tarkka rajaus olisikin ollut yllättävä, koska kansallispuistot ovat kaikille avoimia nähtävyyksiä. Kansallispuistojen verkkoteksteissä sisäislukija rajautui pääasiassa sen mukaan, millaisista retkeilijöistä teksti antoi viitteitä, eli esimerkiksi oliko kyseessä kokenut retkeilijä vai aloittelija. Poikkeuksena olivat Pallas-Yllästunturin kansallispuiston jätehuolto-ohjeet, joissa sisäislukija olikin enemmän viranomainen kuin kansallispuiston vierailija.

Taustoitin tutkimustani käsittelemällä kansallispuistojen verkkosivujen tekstilajia ja pohdin tekstilajia myös analyysiosuudessa. Kansallispuistot ovat viranomaisten ylläpitämä julkinen palvelu, joten tarkastelin niiden verkkotekstejä viranomaisviestintänä, jossa käytetään virkakieltä. Toisaalta kansallispuistot ovat matkailukohteita, joten oletin niiden verkkoteksteistä löytyvän myös matkailutekstien piirteitä. Oletin verkkosivujen tekstilajin olevan eräänlainen hybridiluonteinen yhdistelmä virkakieltä ja matkailun kieltä. Analyysini kuitenkin paljasti, että hybridiluonteisuus ei toteutunut kaikilla sivuilla, vaan eri sivuilla korostuivat eri kielimuodot. Matkailun kielen piirteitä esiintyi kansallispuistojen etusivuilla

olevissa puistojen esittelyteksteissä, Pallas-Yllästunturin kansallispuiston esittelyssä vielä enemmän kuin Denalin kansallispuiston esittelyssä. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston ohjetekstit olivat kuitenkin selkeästi virkakielisiä, varsinkin jätehuolto-ohjeet. Kansallispuistojen verkkotekstit eivät siis olekaan yhtenäinen, hybridimuotoinen yhdistelmä virkakieltä ja matkailun kieltä, vaan verkkosivuilla on erilaisia tekstejä ja tekstityyppejä.

Matkailun kielen lisäksi virkakieli sai aineistossani vaikutteita verkkoviestinnästä. En kuitenkaan tarkastellut verkkoviestinnän vaikutusta kovin syvällisesti, vaikka se olisi voinut olla matkailun kielen ohella hyvä lähtökohta työlleni. Matkailun kieleen ja verkkoviestintään liittyy samanlaisia piirteitä, kuten lukijan huomioiminen esimerkiksi käyttämällä 2. persoonan pronomineja. Matkailun kielen ja verkkoviestinnän kielen eroja voisikin jatkossa tutkia lisää, samoin eritellä tarkemmin niiden vaikutusta virkakieleen.

Tekstilaji tarjosi työlleni taustaa ja kiinnostavaa pohdittavaa, mutta toisaalta olisin voinut keskittyä vielä syvällisemmin lukijaan ja käsitellä 1. teorialuvussa pelkästään lukijan puhuttelua, ilman sen yhteyttä tekstilajiin. Lähdin työssäni lukijan jäljille, mutta – aivan kuten jälkiä seurattaessa luonnossa – voivat ne joskus hävitä. Tekstilaji oli vähällä johtaa minut väärille poluille ennen uutta vainua ja ohjausta oikeille jäljille.

Lähdekirjallisuutta on työssäni melko paljon, mutta siinä on silti puutteita. Virkakieltä ilmeisesti tutkitaan Suomessa enemmän kuin angloamerikkalaisissa maissa, koska löytämäni virkakieltä käsittelevät lähdemateriaalit olivat pääasiassa suomenkielisiä. Matkailun kielestä puolestaan löytyi pääasiassa kansainvälistä tutkimusta. Virkakielilähteissä käsiteltiin lukijan puhuttelua, kun taas matkailun kieltä käsittelevissä lähteissä korostuivat muut kielen piirteet, mikä hankaloitti tasapainoisen analyysin tekoa. Lisäksi osa lähdekirjallisuudesta oli melko vanhaa. Toisaalta esimerkiksi Graham Dannin klassikkoteokseen *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective* vuodelta 1996 viitataan edelleen yleisesti matkailun kieltä koskevilla tutkimuksilla.

Tässä tutkielmassa olen esittänyt erilaisia näkökulmia lukijaan. Tutkielmani on samalla muistutus lukijan tärkeydestä. Vastaanottajan huomioiminen korostuu verkkoviestinnässä, mutta silti kaikessa kirjoittamisessa, samoin kuin kääntämisessä, on hyvä ottaa huomioon, kenelle teksti on tarkoitettu. Käsitys vastaanottajasta vaikuttaa kirjoittajan tekemiin tekstuaalisiin valintoihin, kuten puhuttelumuotoihin tai sanavalintoihin. Yksi keino lukijan huomiointiin on sinä-asenne, jota käsitelin teorialuvussa 3.2. Sinä-asenne perustuu siihen,

että kirjoittajat asettavat itsensä lukijoiden asemaan ja sovittavat viestinsä heidän tarpeisiinsa (Jameson 2004a).

Lukijan huomioinnista on kyse myös virkakielen kehitystyössä. Suomessa hallintolakiin sisältyy hyvän kielenkäytön vaatimus, jonka mukaan ”viranomaisen on käytettävä asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä” (Hallintolaki 434/2003, 2. luku 9 §). Selkeyttä ja ymmärrettävyyttä korostetaan myös Yhdysvalloissa, jossa pyrkimyksenä on käyttää *plain Englishiä*. On tärkeää, että kansalaiset ymmärtävät heitä koskevat viranomaispäätökset ja voivat valvoa viranomaisten vallankäyttöä.

Kääntäjienkään ei tule unohtaa lukijaa. Kääntäjän on hyvä pysähtyä pohtimaan ja tarkastelemaan, millaisia lukijaviittauksia tekstiin tulee kirjoittaneeksi. Kääntäjä ei mekaanisesti toista lähdetekstin valintoja, vaan joutuu työssään pohtimaan myös lukijaviittausten kulttuurisidonnaisuutta. Esimerkiksi sinä-assenne ja sitä luovat yksittäiset keinot ovat erilaisia eri kulttuureissa. Kääntäjä muokkaa usein myös tekstin sisäislukijaa. Tekstissä voi olla esimerkiksi kulttuurisia tai historiallisia viittauksia, jotka ovat tunnistettavia lähdekulttuurissa, mutta eivät kohdekulttuurissa. Kohde- ja lähdekulttuurien eroista johtuen käännöksen sisäislukija ei siis välttämättä ole sama kuin alkuperäistekstin sisäislukija. Kääntäjä saattaa vaikuttaa sisäislukijaan myös tiedostamattaan.

Vaikka en tutkinut käännöksiä, on tutkielmastani hyötyä kääntäjille. Kuten yllä totesin, on lukijan huomioon ottaminen erittäin tärkeää kääntäjän työssä. Tytti Suojanen, Kaisa Koskinen ja Tiina Tuominen (2015, 2012) ovat kehittäneet käyttäjäkeskeisen kääntämisen mallin, joka tarjoaa kääntäjille työkaluja vastaanottajan huomioimiseen ja käännösten laadun varmistukseen. Yksi käyttäjäkeskeisen kääntämisen menetelmistä on sisäislukija, jota hyödynsin analyysissäni. Tutkielmani onkin tavallaan yksi sovellus käyttäjäkeskeisen kääntämisen menetelmästä, vaikka tein ainoastaan analyysin tekstistä, en käännöstä.

Lisäksi kääntäjät voivat hyötyä tekemästäni suomalaisten ja yhdysvaltalaisien kansallispuistotekstien vertailusta. Pohdin tutkielmassani muun muassa erilaisia ohjeiden esittämisen tapoja perustuen lähdekirjallisuuteen, aineistoesimerkkeihin ja analyysiini. Analyysissäni havaitsin, että suomalaisissa teksteissä oltiin varovaisia ja vältettiin lukijan puhuttelua ja suoraa ohjailua tai käskemistä imperatiivimuodossa, kun taas yhdysvaltalaisissa teksteissä lukijaa puhuteltiin suoraan imperatiivimuodossa. Suomenkielissä ohjeissa vältettiin erityisesti imperatiivimuotoisia kieltoja. Kääntäjien onkin syytä olla tarkkana ohjetekstejä

kääntäessään. Jos imperatiivimuotoiset kiellot käännetään sellaisenaan, voi tekstin sävy muuttua. Lähdekulttuurissa teksti voi vaikuttaa neutraalilta, mutta suomalainen lukija voi kokea sen uhkaavaksi. Toisaalta suomen kielen kohteliaisuusstrategiat voivat sellaisenaan käännettyinä hämmentää yhdysvaltalaisista lukijaa.

Tämä oli myös tutkielma viranomaisviestinnästä. Käsittelin virkakieltä ja sen muuttumista ajan myötä, mutta myös tilanteen mukaan. Virkakieli on vuosien saatossa markkinaistunut ja varsinkin internetissä käytetty virkakieli on saanut vaikutteita verkkoviestinnästä. Omassa aineistossani virkakieleen yhdistyi lisäksi matkailun kielen piirteitä. Tutkielmastani voi olla hyötyä virkatehtävissä kirjoittaville. Kääntäjien tavoin hekin voivat olla kiinnostuneita esimerkiksi ohjetekstejä koskevista pohdinnoistani. Myös sinä-asennetta voidaan soveltaa ainakin joissakin tapauksissa viranomaisviestintään.

Tutkimusaineistoni oli melko pieni ja tarkkaan rajattu, joten se mahdollisti syvällisen analyysin. Toisaalta näin pienen otoksen perusteella tuloksia ei voi yleistää. Laajempi aineisto olisi voinut antaa kattavamman kuvan tutkimistani tekstuaalisista piirteistä, mutta samalla analyysini olisi voinut jäädä pintapuolisemmaksi. Analysoin tekstien lukijaoletuksia, ja on syytä huomata, että sisäislukija on aina jossain määrin subjektiivinen arvio, ei ehdoton totuus. Analyysissäni on siis mukana omia arvioitani ja pohdintojani, ja joku toinen opiskelija tai tutkija olisi voinut päätyä toisenlaisiin tulkintoihin teksteistä.

Tarkastelin analyysissäni pääasiassa tekstejä ja jätin kuvat vähemmälle huomiolle. Rajausta oli perusteltu, koska tutkin nimenomaan tekstuaalisia piirteitä. Toisaalta verkkosivuilla kuvilla on tärkeä asema, ja ainakin Denalin kansallispuiston sivuilla on myös videoita, joten multimodaalinen analyysi olisi voinut sopia hyvin aineistoni käsittelyyn. Kuvien merkitys korostuu erityisesti matkailuviestinnässä, jossa kuvia käytetään apuna lukijan houkuttelussa ja positiivisten mielikuvien luonnissa. Kansallispuistojen verkkosivuja voisikin jatkossa tutkia myös multimodaalisina kokonaisuuksina.

Aloitin verkkosivujen tutkimisen ajatellen niiden olevan vielä tuore tutkimuskohde, mutta työn kuluessa ymmärsin, että nykyään viranomaiset ja matkailualan toimijat käyttävät myös sosiaalista mediaa. Sieltä löytyvät myös kansallispuistot. Pallas-Yllästunturin ja Denalin kansallispuistoja, tai mitä tahansa muita kansallispuistoja, voisi jatkossa tutkia vaikka vertailemalla niiden Facebook- tai Instagram-päivityksiä.

Tutkielmani aiheena oli lukija, joten analysoin aineistooni kuuluvista teksteistä ainoastaan sisäislukijaa, en sen vastinparia sisäistekijää. Kiinnostava jatkotutkimusaihe voisi olla se, miten teksteissä näkyy niiden kirjoittaja tai lähettäjä. Millaisia implisiittisiä viitteitä teksteissä on kirjoittajasta? Millainen on tekstien sisäistekijä?

Tämä tutkimus ei tietenkään antanut kuvaa tekstien todellisista lukijoista, koska tutkin ainoastaan teksteihin sisältyviä lukijaviittauksia. Toisaalta olisi ollut kiinnostavaa tehdä myös kyselytutkimus oikeille lukijoille. Miten he suhtautuvat esimerkiksi erilaisiin tapoihin esittää ohjeita? Kokeeko suurin osa lukijoista imperatiivin holhoavana vai ohjeteksteihin nimenomaan sopivana muotona?

Kiinnostuin tutkielmani teon aikana erityisen paljon siitä, miten lukijaa ohjaillaan. Käskyjä, kieltoja, neuvoja ja ohjeita voidaan esittää suoraan tai epäsuorasti, erilaisia kohteliaisuusstrategioita käyttäen. Olisi mielenkiintoista vertailla, miten eri viranomaiset antavat ohjeita ja neuvoja. Vaikuttaako ohjeiden esittämisen tapaan se, mikä viranomaistaho on kyseessä? Entä ohjeistuksen aihe? Vertailussa voisivat olla mukana esimerkiksi Kela ja veroviranomaiset, tai vaikkapa kunnalliset kirjasto-, koulutus- ja terveystalvelut.

Kuten luvussa 2.2.3 esitettiin, verkkoviestintä on vaikuttanut virkakieleen. Viranomaisilla on ollut verkkosivustoja jo vuosia tai vuosikymmeniä, ja niitä on ehditty jonkin verran tutkia. Viime vuosina viranomaiset ovat alkaneet hyödyntää myös sosiaalista mediaa, esimerkiksi Verohallinto ja poliisi ovat nykyään Facebookissa, Youtubessa, Twitterissä ja Instagramissa. Olisi kiinnostavaa tutkia, millaista on viranomaisviestintä sosiaalisessa mediassa. Miten siellä huomioidaan lukija tai kuulija? Muokkaako sosiaalisen median käyttö myös muissa yhteyksissä käytettyä virkakieltä? Millä tavoin virkakieli mahdollisesti muuttuu tulevaisuudessa; voiko tulevaa kehitystä ennustaa?



## Lähteet

### Tutkimusaineisto

*Denali*. National Park Service 2018.

**Etusivu:**

<http://www.nps.gov/dena/index.htm>. [Luettu 12.2.2018.]

**Turvallisuusohjeet:**

<https://www.nps.gov/dena/planyourvisit/safety.htm>. [Luettu 12.2.2018.]

**Jätehuolto-ohjeet:**

<https://www.nps.gov/dena/planyourvisit/leavenotrace.htm>. [Luettu 17.2.2018.]

*Pallas-Yllästunturin kansallispuisto*. Metsähallitus 2018.

**Etusivu:**

<http://www.luontoon.fi/pallas-yllastunturi>. [Luettu 12.2.2018.]

**Turvallisuusohjeet:**

<http://www.luontoon.fi/pallas-yllastunturi/ohjeetjasaannot>. [Luettu 12.2.2018.]

**Jätehuolto-ohjeet:**

<http://www.luontoon.fi/pallas-yllastunturi/ohjeetjasaannot>. [Luettu 12.2.2018.]

<http://www.luontoon.fi/pallas-yllastunturi/palvelut>. [Luettu 17.2.2018.]

## Kirjallisuus

Agorni, Mirella 2016. Tourism Across Languages and Cultures: Accessibility Through Translation. *Cultus* 9:2. 13–27.

Agorni, Mirella 2012. Tourism communication: the translator's responsibility in the translation of cultural difference. *PASOS* 10:4. 5–11.

Alanko, Outi 2001. Lukijasta lukemiseen, tulkinnasta elämykseen: lukijan käsite kirjallisuudentutkimuksessa. Teoksessa Outi Alanko & Tiina Käkälä-Puumala (toim.), *Kirjallisuudentutkimuksen peruskäsitteitä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 207–240.

APHA 2012 = American Public Health Association. Insurance plans must use clear language. *The Nation's Health* 42:3. 8.

Aro, Jari 1999. *Sosiologia ja kielenkäyttö. Retoriikka, narratiivi, metafora*. Tampereen yliopisto, väitöskirja.

- Azariah, Deepti Ruth 2017. *Tourism, Travel, and Blogging. A Discursive Analysis of Online Travel Narratives*. Lontoo: Routledge.
- Bailey, Edward 1996. *Plain English at Work: A Guide to Writing and Speaking*. New York & Oxford: Oxford University Press.
- Baker, Mona 2016. Narrative Analysis. Teoksessa Claudia Angelelli & Brian Baer (toim.), *Researching Translation and Interpreting*. Lontoo: Routledge. 247–256.
- Baker, Mona 2006. *Translation and Conflict: A Narrative Account*. New York: Routledge.
- Bernaerts, Lars, Liesbeth De Bleeker & July De Wilde 2014. Narration and translation. *Language and Literature* 23:3. 203–212.
- Dann, Graham 1996. *The Language of Tourism – A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford: CAB International.
- Durán Muñoz, Isabel 2012. Analysing common mistakes in translations of tourist texts (Spanish, English and German), *Onomázein* 26:2. 335–349.
- Cronin, Michael 2013. Travel and translation. Teoksessa Yves Gambier & Luc van Doorslaer (toim.), *Handbook of Translation Studies: Volume 4*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 194–199.
- Eco, Umberto 1979. *The Role of the Reader. Explorations in the semiotics of texts*. Lontoo: Hutchinson.
- Estroff Marano, Hara 2003. What Is Solitude? *Psychology Today*. Julkaistu 1.7.2003, tarkistettu viimeksi 13.12.2016. Saatavilla: <https://www.psychologytoday.com/us/articles/200307/what-is-solitude>. [Luettu 27.3.2018.]
- Hakulinen, Auli 2001. *Lukemisto – Kirjoituksia kolmelta vuosikymmeneltä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Hall-Lew, Lauren & Alan A. Lew 2014. Speaking Heritage: Language, Identity, and Tourism. Teoksessa Alan A. Lew, C. Michael Hall & Allan M. Williams (toim.), *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. Chichester: John Wiley & Sons. 336–348.
- Hallintolaki 6.6.2003/434. Saatavilla: <http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030434>. [Luettu 9.11.2015.]
- Harding, Sue-Ann 2012. Translating eyewitness accounts. Personal narratives from Beslan, September 2004. *Journal of Language and Politics* 11:2. 229–249.
- Harju, Saara 2010. *Lukijasuhteen rakentamisen keinoja Trendi- ja Veli-lehdessä – Sisarellista vertaistukea ja miehisyyden todistelua*. Tampereen yliopisto, pro gradu -tutkielma.
- Heikkinen, Vesa (toim.) 2002. *Virikapukuinen kieli*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Heikkinen, Vesa 2000. Virallisen ideologiaa. Teoksessa Vesa Heikkinen, Pirjo Hiidenmaa & Ulla Tiililä, *Teksti työnä, virka kielenä*. Helsinki: Gaudeamus. 297–326.
- Heikkinen, Vesa, Petri Lauerma & Ulla Tiililä 2012. Kolme näkökulmaa intertekstuaalisuus-analyysiin. Teoksessa Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Helsinki: Gaudeamus. 255–270.

- Helasvuo, Marja-Liisa, Marjut Johansson & Sanna-Kaisa Tanskanen 2014. Johdatus digitaaliseen vuorovaikutukseen. Teoksessa Marja-Liisa Helasvuo, Marjut Johansson & Sanna-Kaisa Tanskanen (toim.), *Kieli verkossa. Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. 9–28.
- Hermans, Theo 1996. The Translator's Voice in Translated Narrative. *Target* 8:1. 23–48.
- Hiidenmaa, Pirjo 2000. Työ ja kieli. Teoksessa Vesa Heikkinen, Pirjo Hiidenmaa & Ulla Tiililä, *Teksti työnä, virka kielenä*. Helsinki: Gaudeamus. 19–34.
- Hosiaislouma, Yrjö 2016. *Kirjallisuusoppi: aapisesta äänirunoon*. Helsinki: Avain.
- Hyland, Ken 2001. Bringing in the Reader. Addressee Features in Academic Articles. *Written Communication* 18:4. 549–574.
- Iisa, Katariina 1997. Tekstiin kirjoittautuva lukija ja kirjoittaja – tasavertaisuutta vai vallankäyttöä? *Kielikello* 3/1997. Saatavilla: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=1086>. [Luettu 26.9.2017.]
- Iser, Wolfgang 1978 [1974]. *The Implied Reader. Patterns of Communication in Prose Fiction from Bunyan to Beckett*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Jaakola, Minna, Maija Töyry, Merja Helle & Tiina Onikki-Rantajääskö 2014. Construing the reader: A multidisciplinary approach to journalistic texts. *Discourse & Society* 25:5. 640–655.
- Jameson, Daphne A. 2004a. Conceptualizing the writer-reader relationship in business prose. *Journal of Business Communication* 41:3. 227–264.
- Jameson, Daphne A. 2004b. Implication versus Inference. Analyzing Writer and Reader Representations in Business Texts. *Business Communication Quarterly*. 67:4. 387–411.
- Kankaanpää, Salli 2006. *Hallinnon lehdistötiedotteiden kieli*. Helsingin yliopisto, väitöskirja.
- Kansaneläkelaitos 2014. Kela jatkaa tekstiensä selkeyttämistä. Julkaistu 15.10.2014. Saatavilla: <http://www.kela.fi/-/kela-jatkaa-tekstiansa-selkeyttamista>. [Luettu 15.11.2015.]
- Koivula, Eeva & Olli Saastamoinen (toim.) 2005. *Näkökulmia luontomatkailuun ja sen tulevaisuuteen*. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Korhonen, Riitta 2010. Voisinko saada laskun, kiitos! *Kielikello* 4/2010. Saatavilla: <https://www.kielikello.fi/-/voisinko-saada-laskun-kiitos->. [Luettu 9.4.2018.]
- Koskela, Merja 2006. Verohallintoa verkossa. Viranomaistekstien muutospainoiden tarkastelua. Teoksessa Tuija Nikko & Pekka Pälli (toim.) *Kieli ja teknologia. Talous ja kieli IV*. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-76. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu. 107–126.
- Koskela, Merja 2005. Veroviranomaiset verkossa: lähettäjakeskeisestä vastaanottaja-keskeiseen viestintään? Teoksessa Leena Kuure, Elise Kärkkäinen & Maarit Saarenkunnas (toim.), *Kieli ja sosiaalinen toiminta – Language and Social Action*. AFinLAn vuosikirja 63. 261–272.

- Kotus s. d. a = Kotimaisten kielten keskus. *Vinkkejä ohjetekstin tekijöille*. Saatavilla: [https://www.kotus.fi/ohjeet/virkakieliohjeita/ohjeita\\_ohjeiden\\_tekijoille](https://www.kotus.fi/ohjeet/virkakieliohjeita/ohjeita_ohjeiden_tekijoille). [Luettu 25.4.2018.]
- Kotus s. d. b = Kotimaisten kielten keskus. *Virasto meni Twitteriin ja muutti kieltensä some-sopivaksi*. Saatavilla: [https://www.kotus.fi/kielitieto/virkakieli/yleista\\_virkakielesta/virkakielityota\\_virastoissa/helsingin\\_kaupungin\\_rakennusvirasto](https://www.kotus.fi/kielitieto/virkakieli/yleista_virkakielesta/virkakielityota_virastoissa/helsingin_kaupungin_rakennusvirasto). [Luettu 13.4.2018.]
- Kotus s. d. c = Kotimaisten kielten keskus. *Virkakieli*. Saatavilla: [http://www.kotus.fi/kielitieto/viranomaisten\\_kielenkaytto/virkakieli](http://www.kotus.fi/kielitieto/viranomaisten_kielenkaytto/virkakieli). [Luettu 9.11.2015.]
- Kotus s. d. d = Kotimaisten kielten keskus. *Virkakielikampanja 2014–2015*. Saatavilla: [https://www.kotus.fi/kielitieto/virkakieli/yleista\\_virkakielesta/virkakielikampanja\\_2014\\_2015](https://www.kotus.fi/kielitieto/virkakieli/yleista_virkakielesta/virkakielikampanja_2014_2015). [Luettu 31.1.2018.]
- Kotus s. d. e = Kotimaisten kielten keskus. *Virkakielityötä virastoissa*. Saatavilla: [https://www.kotus.fi/kielitieto/virkakieli/yleista\\_virkakielesta/virkakielityota\\_virastoissa](https://www.kotus.fi/kielitieto/virkakieli/yleista_virkakielesta/virkakielityota_virastoissa). [Luettu 31.1.2018.]
- Laaksonen, Kaino 2011. Ymmärrettävämpiä tekstejä Kelasta. *Kielikello* 4/2011. Saatavilla: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2439>. [Luettu 28.11.2015.]
- Laitinen, Lea 1995. Nollapersoonaa. *Virittäjä* 3/1995. 337–358.
- Lintala, Johanna 2012. *Luontomatkailu ja kansallispuistot. Seitsemisen kansallispuiston luontomatkailusuunnitelman anatomia*. Tampereen yliopisto, pro gradu -tutkielma.
- Luonnonsuojelulaki 20.12.1996/1096. Saatavilla: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19961096>. [Luettu 9.11.2015.]
- Manca, Elena 2016. Official Tourist Websites and the Cultural Communication Grammar model: analysing language, visuals, and cultural features. *Cultus* 9:1. 2–22.
- Martin, J.R. & P.R.R. White 2005. *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. New York: Palgrave Macmillan.
- Martin, Stephen 14.12.2005. NPS Organic Act. National Park Service Organic Act and its Implementation Through Daily Park Management. Saatavilla: <https://www.doi.gov/oc/nps-organic-act#main-content>. [Luettu 17.2.2018.]
- McKee, Alan 2010. *Textual Analysis: A Beginner's Guide*. Lontoo: SAGE Publications.
- MEK 2010. *Kansainvälinen luontomatkailututkimus 2010*. Saatavilla: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/A169-Kansainva%CC%88linen-luontomatkailututkimus-2010-Korj.pdf>. [Luettu 19.1.2018.]
- Meldrum, Bret, Jessica Evans & Steven Hollenhorst 2007. *Denali National Park and Preserve Visitor Study, Summer 2006*. University of Idaho: Park Studies Unit. Saatavilla: [http://psu.sesrc.wsu.edu/vsp/reports/180\\_DENA\\_rept.pdf](http://psu.sesrc.wsu.edu/vsp/reports/180_DENA_rept.pdf). [Luettu 27.4.2018.]
- Metsähallitus 2018. Kansallispuistot. Saatavilla: <http://www.luontoon.fi/kansallispuistot>. [Luettu 18.2.2018.]

- Metsähallitus 2017. Kansallispuistot ovat luontoaarteitamme. Päivitetty viimeksi 12.12.2017. Saatavilla: <http://www.metsa.fi/suojelualueet/kansallispuistot>. [Luettu 18.2.2018.]
- Metsähallitus 2015. Monien mahdollisuuksien Metsähallitus. Päivitetty viimeksi 14.8.2015. Saatavilla: <http://www.metsa.fi/metsahallitus>. [Luettu 9.11.2015.]
- MOT Kielitoimiston sanakirja s. v. verkkosivu. [Luettu 17.2.2018.]
- Mäntynen, Anne & Susanna Shore 2006. Tekstilajien risteyksessä. Mika Myllylän testamentti. Teoksessa Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.), *Genre – tekstilaji*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 283–302.
- NPS 2017a = National Park Service. National Park System. Päivitetty viimeksi 13.1.2017. Saatavilla: <https://www.nps.gov/aboutus/upload/Site-Designations-01-13-17.pdf>. [Luettu 17.2.2018.]
- NPS 2017b = National Park Service. State of the Park Report for Denali National Park & Preserve. Päivitetty viimeksi 19.6.2017. Saatavilla: <https://www.nps.gov/stateoftheparks/dena/>. [Luettu 22.2.2018.]
- Pavličková, Eva & Magdaléna Rázusová 2013. Comparative analysis of evaluative adjectives in tourism texts. Saatavilla: [https://www.academia.edu/3575244/Comparative\\_analysis\\_of\\_evaluative\\_adjectives\\_in\\_tourism\\_texts](https://www.academia.edu/3575244/Comparative_analysis_of_evaluative_adjectives_in_tourism_texts). [Luettu 22.1.2018.]
- Pylväs, Kari & Hokkanen, Laura 2015. *Sosiaalinen media ja mobiiliteknologia avuksi viranomaisviestintään*. Sisäministeriö. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-324-022-3>. [Luettu 13.4.2018.]
- Rimmon-Kenan, Shlomith 1983. *Narrative Fiction: Contemporary Poetics*. Lontoo: Methuen.
- Rodman, Lilita 2001. You-Attitude: A Linguistic Perspective. *Business Communication Quarterly* 64:4. 9–25.
- Rothschild Ewald, Helen & Roberta Vann 2003. “You’re a Guaranteed Winner”: Composing “You” in a Consumer Culture. *The Journal of Business Communication* 40:2. 98–117.
- Saarinen, Jarkko 2005. *Luontomatkailun kehittäminen ja tutkimus Suomessa*. Metla. Saatavilla: <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2005/mwp020-14.pdf>. [Luettu 18.1.2018.]
- Salim, Muhammad Arfin Bin, Noor Aireen Binti Ibrahim & Hanita Hassan 2012. Language for Tourism: A Review of Literature. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 66. 136–143.
- Sakki, Anna 2015. *Kolumnin lukijapaikan konstruointi. Kysymysrakenteet ja persoonanvaihtelu lukijapaikan rakentajina*. Helsingin yliopisto, pro gradu -tutkielma.
- Salokanto, Salla 2017. *Kommentojien suhtautuminen blogien lukijapaikkoihin*. Helsingin yliopisto, pro gradu -tutkielma.
- Salomaa, Suvi-Sanna 2014. *Sinun, ystävällisesti Kela – lukijaan viittaaminen Kelan internetsivuilla julkaistussa perusturvaesitteessä*. Turun yliopisto, pro gradu -tutkielma.
- Sarangi, Srikant & Stefaan Slembrouck 1996. *Language, Bureaucracy and Social Control*. Lontoo & New York: Longman.
- Schneider, Ralf 2010. Reader constructs. Teoksessa David Herman, Manfred Jahn & Marie-Laure Ryan (toim.), *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. Lontoo & New York: Routledge.

- Shelby, Annette N. & Reinsch, N. Lamar Jr. 1995. Positive Emphasis and You-Attitude: An Empirical Study. *The Journal of Business Communication* 32:4. 303–327.
- Shore, Susanna 2012. Systemis-funktionaalinen teoria tekstien tutkimisessa. Teoksessa Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Helsinki: Gaudeamus. 158–185.
- Sulaiman, Mohamed Zain 2016. Translating nature tourism and the pitfalls in promoting 'paradise' in Malay. *Cultus* 9:2. 28–46.
- Suojanen, Tytti 2018. *Suomalaista teknistä viestintää. Sinä- ja me-asenne kotoistamisstrategioina kodinkoneiden käyttöohjeissa 1945–1995*. Tampereen yliopisto, väitöskirja.
- Suojanen, Tytti, Kaisa Koskinen & Tiina Tuominen 2015. *User-Centered Translation*. Lontoo: Routledge.
- Suojanen, Tytti, Kaisa Koskinen & Tiina Tuominen 2012. *Käyttäjakeskeinen kääntäminen*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Svinhufvud, Kimmo 2005. Yrityksen kotisivu tekstinä ja tekstilajina. *Kielikello* 2/2005. Saatavilla: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=1567>. [Luettu 28.10.2017.]
- Tammi, Pekka 1992. *Kertova teksti. Esseitä narratologiasta*. Jyväskylä: Gaudeamus.
- TEPA 2018a = TEPA-termipankki. Sanastokeskus TSK. S. v. etusivu. Saatavilla: <http://www.tsk.fi/tepa/fi/haku/etusivu>. [Luettu 17.2.2018.]
- TEPA 2018b = TEPA-termipankki. Sanastokeskus TSK. S. v. verkkosivusto. Saatavilla: <http://www.tsk.fi/tepa/fi/haku/verkkosivusto>. [Luettu 17.2.2018.]
- Thompson, Geoff 2012. Intersubjectivity in newspaper editorials. Construing the reader-in-the-text. *English Text Construction* 5. 77–100.
- Thurlow, Crispin & Adam Jaworki 2011. *Tourism Discourse: Languages and Banal Globalization*. Saatavilla: <https://www.researchgate.net/publication/288990114>. [Luettu 3.11.2017.]
- Tiililä, Ulla 2015. Mitä on asiallinen, selkeä ja ymmärrettävä virkakieli? *Kielikello* 3/2015. Saatavilla: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2824>. [Luettu 22.2.2018.]
- Tiililä, Ulla 2014. Kielikäsitykset hyvän virkakielen esteenä. *Kielikello* 3/2014. Saatavilla: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2726>. [Luettu 10.2.2018.]
- Tiililä, Ulla 1995. Tietojärjestelmät vaikuttavat virkakieleen. *Virallinen lehti* 3/2015. 12–13.
- Tolvanen, Eveliina 2016. Lukijan suora puhuttelu suomalaisissa ja ruotsinsuomalaisissa viranomaisteksteissä. *Virittäjä* 1/2016. 5–29.
- TTP 2018a = Tieteen termipankki. *Narratiivi*. Saatavilla: <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Kielitiede:narratiivi>. [Luettu 13.2.2018.]
- TTP 2018b = Tieteen termipankki. *Narratologia*. Saatavilla: <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:narratologia>. [Luettu 24.1.2018.]

- TTP 2018c = Tieteen termipankki. *Passiivi*. Saatavilla: <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Kielitiede:passiivi>. [Luettu 21.1.2018.]
- TTP 2018d = Tieteen termipankki. *Realia*. Saatavilla: <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Nimitys:realia>. [Luettu 16.4.2018.]
- TTP 2018e = Tieteen termipankki. *Tekstilaji*. Saatavilla: <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Kielitiede:tekstilaji>. [Luettu 13.4.2018.]
- Tuominen, Tiina, Tytti Suojanen & Kaisa Koskinen 2015. Kääntämisen ja käytettävyyden kohtaamisia. Käyttäjakeskeisyys kääntäjän työkaluna. Teoksessa Sirkku Aaltonen, Nestori Siponkoski & Kristiina Abdallah (toim.), *Käännetyt maailmat. Johdatus käänösviestintään*. Helsinki: Gaudeamus. 234–251.
- Töyry, Maija 2008. Naistenlehtien keskinäiset erot ja samankaltaisuudet. *Tiedotustutkimus* 31:1. 21–34.
- Viitaniemi, Tuula & Pasi Heikura 2015. Selkeä virkakieli on demokratian perusta. *Yle* 4.11.2015. Saatavilla: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/11/04/selkea-virkakieli-demokratian-perusta>. [Luettu 31.1.2018.]
- Virkkunen, Elli-Noora 2016. Virkakieltä ja verkkoviestintää – maahanmuuttajat kuntien verkkosivuilla. *Kielikello* 3/2016. Saatavilla: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2914>. [Luettu 21.11.2017.]
- Virkkunen, Elli-Noora 2015. *Vuorovaikutus ja näkökulma kuntien maahanmuuttajille suunnatuissa verkkoteksteissä*. Helsingin yliopisto, pro gradu -tutkielma.
- VISK 2008 = Iso suomen kielioppi, verkkoversio. § 1647 *Yleistä imperatiivilauseen tehtävistä*. Saatavilla: <http://scripta.kotus.fi/visk/sisallys.php?p=1647>. [Luettu 24.5.2018.]
- Vuola, Tuula 2015. *Sinä, vaeltaja vai kuka tahansa? Lukijan asema kansallispuistojen verkkosivuilla*. Tampereen yliopisto, kandidaatintutkielma.
- Wikipedia 2018. *Spanish language in the United States*. Saatavilla: [https://en.wikipedia.org/wiki/Spanish\\_language\\_in\\_the\\_United\\_States](https://en.wikipedia.org/wiki/Spanish_language_in_the_United_States). [Luettu 27.4.2018.]

# Tracking the reader on national park web sites

## Introduction

It is important for translators to take the reader into consideration. According to Christiane Nord, a German translation scholar, the recipient is considered an important, perhaps even the most important, aspect in all textual analysis models relating to translation. Nevertheless, it is the recipient who is most often forgotten in the actual translation process. (Nord 51-52) The significance of paying attention to the reader is emphasised also by the Finnish translation scholars Tytti Suojanen, Kaisa Koskinen and Tiina Tuominen who have created a model of user-centred translation and written a book about it (*User-Centered Translation*). According to them, recognising the reader or user of a text is a central challenge in translator's work. (Suojanen et al. 2015, 61)

As the reader is considered so important, I wanted to concentrate on aspects relating to the reader and used different text analysis methods to analyse reader references on national park web sites. I analysed how the reader is present clearly on the surface-level of the texts and more hidden as the assumptions, or the *implied reader*, in the background. In addition, I analysed how the reader is addressed and taken into account in other ways as well as how directly or indirectly the reader is given instructions. I also discussed whether the texts manifested *you-attitude* that emphasises the readers.

I studied reader references but, because national parks are travel destinations, there was a link to tourism – which has become one of the most important and fastest-growing industry in the world (Cronin 4; Koivula and Saastamoinen 8; Thurlow and Jaworski 1). The fastest-growing segment in the tourism industry is nature tourism (Koivula and Saastamoinen 8; Sulaiman 29); people are becoming more enthusiastic about nature (Ympäristöministeriö). All this made national parks an interesting topic for my study.

National parks are public services provided by authorities, so I regarded the web texts as administrative communication. The language used in public services is a topical issue at the moment, because authorities aim at producing texts that are clearer and easier to understand. Administrative language is important also from the social point of view, because administration is based on language and texts (Kankaanpää; Tiililä).



## **Text type of national park web sites**

National parks are public services, but also travel destinations, so I presumed that texts on national park web sites form a combination of the language of administration and tourism. Discussing text type was relevant in my study, because the reader is present differently in different texts. Administrative communication is typically sender-oriented (Koskela 2005, 262-263), whereas texts in the tourism industry seek to pay attention to the readers' needs and expectations (Agorni 2016, 14). Text type conventions also affect how the implied reader is manifested in a text (Shore 160). In her master's thesis, Elli-Noora Virkkunen (2016, 2015) studied the perspective, tone and implied reader in municipality web texts aimed at immigrants and noticed that, in some texts, the implied reader was rather an authority than an immigrant belonging to the actual target group. Anyhow, it is not always easy to categorise a text because text types mix and their borders are blurred – many text types are interdiscursive and hybrid (Mäntynen and Shore 283-284). Text types are not fixed, but changing (TTP 2018e).

As a generalisation, it can be stated that Finnish administrative language lacks direct prohibitions, open orders and genuine questions (Heikkinen 2000, 325). Respecting the reader's independence has been a basic principle in polite Finnish communication, and direct orders, especially orders without justifications, do not comply with this principle (Iisa). Administrative texts rather document information than convey it to the reader, which may lead to avoidance of direct reader address (Koskela 2006, 120). Instead of second-person pronouns (direct address), third-person pronouns and passive forms are typical of formal style (Heikkinen et al. 262). In Finnish, it is also possible to use zero person constructions, which leave the subject-referent open. Zero person and passive forms make the message distant, not personal. They can be used if speakers want to avoid expressing responsibility or to protect their own or the listener's face. (Laitinen 341)

As mentioned, text types are not fixed patterns. Text types change, and there are also campaigns to improve administrative language (see e.g. Kotus s. d. d). Nowadays clearness is emphasised: According to the Finnish Administrative Procedure Act “[a]n authority shall use language that is clear, easy to understand and to the point.” (Administrative Procedure Act 434/2003, chapter 2, section 9). Also in the United States, authorities are aiming at using clear language, in other words *plain English* (Bailey 7).

Administrative texts often consist of other texts and thus combine language and content from different spheres of life (Heikkinen et al. 9). Language has changed and is changing, also the language used in administrative communication (Heikkinen et al. 9; Koskela 2006, 108). As early as in 1990's, researchers noticed a phenomenon called marketization, which affects the reader's status in administrative language. Sarangi and Slembrouck claimed that language of bureaucracy was influenced by advertisements and bureaucratic texts had become more persuasive. (Sarangi and Slembrouck 33-34) The language of marketing and advertising is typical of web communication, and because authorities nowadays have web sites, web communication might affect language of administration (Koskela 2005, 263). Administrative language is typically sender-oriented, which means that it rather documents information than transmits it. Reader-orientation is a typical feature in the language of advertising and therefore also in many texts on the internet. (Koskela 2005, 262-263) The fact that the reader is emphasised in web communication creates pressure for administrative communication to change (Koskela 2006, 122).

Generally speaking, the language of tourism differs from administrative language in many ways. The language of tourism is, first of all, persuasive (Dann). Writers in the field of tourism address the needs and expectations of the readers, for example, by reader inclusion or persuasive techniques (Agorni 2016, 14). The language of tourism, and especially tourism advertising, contains comparisons, humour and individualisation. Individualisation is achieved by using conversation-like style, questions aimed at the reader and second-person pronouns, and it makes the reader feel like the text was aimed only at him or her. (Dann) Imperative forms are avoided in administrative language, but in the language of tourism they are broadly used, normally to encourage the reader to use the opportunities that are offered. Tourism texts typically contain plenty of positive adjectives and their superlative forms (Durán Muñoz 337). Texts also highlight the authenticity and exoticism of the destinations (Thurlow and Jaworski 1).

### **Data and methods of analysis**

The research data consisted of one of the 40 national parks in Finland, Pallas-Yllästunturi National Park, located in Lapland, and one of the 59 national parks in the United States, Denali National Park, located in the state of Alaska. The web pages of Pallas-Yllästunturi National Park are found on the website [www.nationalparks.fi](http://www.nationalparks.fi) (Finnish language version on [Luontoon.fi](http://Luontoon.fi)), and the web pages of Denali National Park on the website [www.nps.gov](http://www.nps.gov).

Websites are a large collection of web pages and texts, and therefore only a few of them were chosen to be analysed.

First, I looked into the front pages and the structure of the web sites. The first page provides the first impression and functions as a type of index. It can be used for creating a positive image of the organization it represents. (Svinhufvud) Second, I examined the language choice on both websites. The range of languages is relevant because it restricts the audience of the web sites and thus provides information about reader assumptions (Eco 7-8). Languages affect who can understand the texts and hence access the information (Suojanen et al. 2015, 57). Third, I analysed the short general introductory texts about the national parks. Fourth, I chose instructions and rules. Assumably, the reader is more present in these texts than texts introducing the history or flora and fauna of the parks, as those texts are mainly informative. In addition to conveying information, instructions have an operative function, because their aim is to affect the reader's behaviour and actions. In instructions, the reader is probably addressed directly.

As method, I used close reading, a descriptive method based on my research data. I analysed how the reader is present on the surface-level of the texts and more hidden as the assumptions in the background. In addition, I studied how the reader is addressed and taken into account in other ways. As for the instructions, I analysed how directly or indirectly the reader is given instructions. My research data consisted of parallel texts from two different cultures, which allowed me to compare the reader references in the texts and study whether there was cultural variation. Also, I discussed text type and analysed how it affected reader references in the texts.

I studied implicit reader references by analysing the *implied reader* of the texts. Implied reader means a hypothetical reader, in other words a reader position built in a text. It is not about the real readers of a text, but about the type of readership the text is aimed at or about the reader image found in the text by the means of research. (Hosiaislouma 845; Suojanen et al. 2012, 57-62) Implied reader refers to the characteristics that a text requires from its readers (Alanko 220). Such characteristics are at least language skills, cultural background and literary competence essential for successful reader (Tammi 117). The characteristics may also be about age and education (Hosiaislouma 845), or sense of humour, lifestyle, interests or social abilities (Harju 76).

Also, I analysed whether the texts express *you-attitude*, which is a method created in marketing and business communication for taking the reader into account. You-attitude does not necessarily mean addressing the reader directly with the second-person singular pronoun 'you', but paying attention to the reader in many different ways. You-attitude is about considering the reader a genuine participant in a communicative situation. The writers give priority to the possible worries and questions of the readers and restrain from expressing their own worries. The writers also use language that corresponds to the readers' level of knowledge. You-attitude can be expressed by surface-level choices, such as by choosing a suitable address form. In addition, it is important to choose suitable pronouns and verb forms as well as, in certain situations, to use different politeness strategies that convey respect towards the reader. In the background, you-attitude is created and affected by the decisions that writers make when pondering what to include in their text and what to leave out. (Tuominen, Suojanen, and Koskinen 241; Jameson 2004a; Suojanen 107)

## Results

I studied reader references, both explicit and implicit. My main method for analysing the latter was the notion of *implied reader*. I also analysed *you-attitude*, which can be manifested in both explicit and implicit features. My research data contained instructions and rules, which allowed me to study how directly or indirectly the reader is guided and directed, and also to discuss the ways of giving instructions. As my data was rather small, it was possible to discuss also how culture and text type affected reader references or were manifested in them.

### *Implied reader*

The national park web texts did not exclude any group of people and in that sense did not contain strong reader assumptions. The implied reader was not restricted to a particular group of people based on age, gender, education, occupation, cultural background or possessions. National parks are open to everybody, so it would actually be rather surprising if the texts on their websites were targeted to a very narrow reader segment. The lack of strong reader assumptions enables a broad and heterogeneous audience.

In the short introductory texts on national parks, the implied reader was characterized by the skills and preferences of the visitors. Based on the introductions, Pallas-Yllästunturi National Park and Denali National Park differ from each other. Pallas-Yllästunturi is the most popular national park in Finland, and the hiker is *surrounded by services*. Thus, the implied reader is a

hiker searching for a safe and easy hiking destination. He or she does not mind meeting other visitors along the trails. In additions to being social, the implied reader is also active and sporty. The Denali introduction highlights the tranquillity of the area. Denali is described as a true wilderness where animals reign and hikers can enjoy solitude. The implied reader inferred from the Denali introduction is therefore a more experienced hiker searching for a real wilderness experience and tranquillity instead of services.

The safety instructions of both national parks were targeted to a broad audience and did not contain strong reader assumptions. The beginning of Denali National Park safety instructions emphasized that the instructions apply to *all visitors*. An experienced hiker might skip them thinking that he or she already knows everything. The plea indicates that the implied reader were an experienced hiker. Some instructions, however, might be self-evident to experienced hikers, and thus the implied reader could be a beginner in hiking. Pallas-Yllästunturi National Park safety instructions suggested the implied reader were a beginner in hiking – or someone with more experience, but in danger of over-estimating his or her skills. The instructions on waste disposal provided a surprise: Pallas-Yllästunturi National Park instructions sounded like strategic talk of administration. Thus, the implied reader was rather an official than a national park visitor. Independent initiative and responsibility were not considered self-evident, but explicitly mentioned in the text, so the implied reader might also be an irresponsible hiker. Anyhow, the implied reader knows how to separate waste. The waste disposal instructions of Denali National Park were rather detailed, so the implied reader could be a beginner in hiking. He or she might not know all the rules in advance but appreciates nature and accepts the strict rules on carrying out everything.

### *You-attitude*

You-attitude is about considering the reader a genuine participant in a communicative situation and it may show explicitly in a text as second-person verb and pronoun forms. Instructive texts on Denali National Park web site contained direct questions and imperative form requests (e.g. *Are you prepared?* or *Pack out everything you take into the backcountry.*), which seemed to suit the texts and to express you-attitude. The waste management instructions of the Pallas-Yllästunturi National Park lacked direct address of the reader and, instead, contained plenty of passive forms. The text seemed to be written from the writer's point of view and did therefore not express you-attitude.

However, you-attitude is about much more than addressing the reader. One of the introduction texts addressed the reader in second-person singular (Pallas-Yllästunturi National Park) and the other did not (Denali National Park). Both texts still manifested you-attitude in the sense that they offered a short and compact general image of the park in question, which helped the readers to decide whether the national park was worth their visit. In addition, the introductory texts containing features of the language of tourism replied to the readers' possible need to dream about their coming visit to the national park.

In addition to the address and verb forms, you-attitude is about taking the readers' needs and worries into account. Readers use web sites for searching information, but my study did not provide an exhaustive answer to the question whether the readers find the information they need and search for. Another researcher could proceed from my study by asking actual readers what information they searched for and whether they found it or not.

You-attitude has been developed in marketing and business communication, but it might also suit administrative communication. Salli Kankaanpää has shown that administrative texts have become more market-oriented (trying to serve and sell), which can be interpreted as paying attention to the reader. (Kankaanpää) According to Merja Koskela, administrative communication is faced with pressures on the internet. Web communication is typically reader-oriented, in other words clear and easy to understand, and it takes the readers' needs and expectations into account. (Koskela 2006, 2005) Requirements for the administrative language are imposed also by law. In the United States, plain English is the ideal, and in Finland, authorities should "use language that is clear, easy to understand and to the point." (Administrative Procedure Act 434/2003, chapter 2, section 9) Based on all this, it seems that nowadays you-attitude were required from administrative communication.

### *Instructions*

National parks are public services maintained by authorities, so their websites can be regarded as administrative communication. It is not insignificant how instructions, rules, orders and requests are given in administrative texts. Authorities are in a power position, and therefore they should be polite and kind towards their clients.

The instructions on Pallas-Yllästunturi National Park web site contained few imperative forms, mostly in the safety instructions. The style of the waste management instructions came as a surprise because, instead of directly addressing the reader, the text contained many

passive and zero person constructions. There were no negative imperatives in the instructions in Finnish – avoiding them seems typical of Finnish administrative texts (see also Tolvanen). The instructions on Denali National Park web site contained several imperatives, also negative forms, and they seemed suitable in their context.

The writer of the Finnish national park web texts was very careful in using imperative forms. As mentioned, authorities must be careful about how they express instructions, advices and orders, and direct orders may provide an impolite impression. However, imperatives are suitable also for administrative texts and do not seem rude or authoritative when the reader benefits from following the instructions or when the reader's own aspirations are similar. (Kotus s. d. a) Imperative forms are not a threat when communicating with customers, because giving instructions conforms to the interests of the reader. (Virkkunen 2015, 74; 2016) It may still be advisable to avoid using negative imperatives in texts written in Finnish.

### *Cultural differences*

In addition to a Finnish national park, I chose a national park from the United States so that I could study and discuss how culture affects texts. Are reader references different in different cultures?

The introductory texts of both national parks created positive images of the parks, so in that sense both contained features of the language of tourism. However, the introduction of Pallas-Yllästunturi National Park contained more superlative adjectives. In addition, the reader was addressed directly in second-person singular, whereas there was no direct address in the introduction of Denali National Park. The introduction of Pallas-Yllästunturi was more advertisement-like compared to Denali National Park, which surprised me because I had expected the Finnish text to be more moderate than the American.

In the instructions, the set-up was vice versa: the Finnish writer(s) were careful and avoided addressing or instructing the reader directly, whereas the US writer(s) addressed the reader directly in imperative form. Pallas-Yllästunturi instructions, and especially the waste management instructions, contained zero person and passive constructions, which made the texts sender-oriented, corresponding to traditional administrative texts. Denali instructions with their fluent imperative forms seemed more reader-oriented.

### *Text type*

At the beginning, I presumed that national park web sites were a hybrid combination of two text types. National parks are public services maintained by authorities, but also travel destinations, so I presumed the texts to manifest features of both administrative language and the language of tourism.

The front pages of both national parks contained features of the language of tourism. The texts concentrated on presenting positive aspects and creating attractive images as well as emphasising how genuine and exotic the parks are. The texts also contained superlative adjectives. However, the Finnish data offered a surprise: deeper in the page structure, the texts contained traditional administrative language rather than the language of tourism. Instructive texts, especially the waste management instructions, contained passive and third-person forms as well as zero person constructions. The text was written from the authority's point of view and sounded like strategic talk of the authority.

My research data contained instructions, in addition to introductory texts. But did I actually have any reason to presume instructions to be affected by the language of tourism? Instructions could actually be considered a separate text type with its own features. In any case, national park web sites are not formed of one single homogenous text type combining administrative language and the language of tourism. National park web sites are, instead, a collection of different texts and text types.

### **Discussion**

First of all, I studied explicit features related to reader in the texts. One of such features is how the reader is addressed. I noticed an interesting difference between the Finnish and English language versions. The texts in Finnish contained only few imperative forms, and none with negative verbs, whereas the texts in English contained several imperative forms, also with negative verbs. Another interesting observation was related to the zero person, a means to avoid addressing the reader in the Finnish language. In the texts I analysed, zero person forms were used in situations that did not concern all readers, which allowed the readers to situate themselves into the open zero-positions. In addition to reader address, I also studied other types of taking the reader into consideration, especially you-attitude manifested in the texts.



Second, I analysed implicit reader features, in other words implied and inferred assumptions about the readers. I used the notion of implied reader to analyse the assumed, implied or inferred reader in the texts by using the means of text analysis and close reading. The implied reader can be found by studying the characteristics, values and attitudes that the text requires from its readers. In the national park texts, the implied reader was not defined by age, gender, education, profession, cultural background, wealth or other such characteristics. Finding such definitions or restrictions would actually have been surprising because national parks are open to everyone. In the national park texts, the readers were mostly defined by whether they were experienced outdoor people or beginners, but there was one exception, waste management instructions of Pallas-Yllästunturi National Park, which were written rather for public authorities than for the visitors to the national park.

As a background for my thesis, and also as one feature to analyse, I discussed the text type of national park websites. On one hand, national parks are public services maintained by authorities, so I regarded the texts as communication containing administrative language. On the other, national parks are travel destinations, so I assumed the texts would also contain features of the language of tourism. I assumed the text type of national park websites to be a hybrid combination of administrative language and the language of tourism. However, my analysis revealed that not all texts were hybrid in nature, but different text type features were emphasised on different texts and webpages. Features of the language of tourism were found mostly in the introductions found on the front pages, even more in the introduction of Pallas-Yllästunturi National Park than the introduction of Denali National Park. But, the instructions of Pallas-Yllästunturi National Park, and especially the waste management instructions, contained clear features of administrative language. National park web texts are thus not a uniform, hybrid combination of administrative language and the language of tourism, but they consist of different texts and text types.

In the national park texts that I analysed, administrative language was affected not only by the language of tourism but also by web communication. I did not look into the effects of web communication deeply although it might have been a good starting point for my thesis. Those effects could be analysed more in a future research.

My study consists of different perspectives on reader. At the same time, it is a reminder of how important the reader is. Taking the reader into account is emphasised in web communication, but all writers as well as translators should pay attention to their audience.

Their idea about the reader affects their textual choices, such as forms of address or word choices. Translators do not mechanically repeat the choices made in the source text, but must consider the cultural implications of references to the reader. For example, you-attitude, and the single means to create it, vary from culture to culture. A translator might also modify the implied reader, either on purpose or unconsciously.

In addition, it might be interesting and useful for translators to learn what I discovered by comparing the Finnish and North American national park texts, and especially the instructive texts. Finnish writers avoided addressing the reader directly as well as instructing or directing the reader with imperative verb forms, whereas the US writers addressed the reader directly with imperative forms. Finnish writers avoided especially using negative forms of imperatives. Translators should thus be careful when translating instructive texts. If they translate negative imperative forms as such, it might affect the tone of the text. What may seem neutral in the American source culture, may feel threatening to a Finnish reader. And vice versa, Finnish politeness strategies may confuse the US readers if translated without modification.

Readers have also been taken into consideration in efforts to improve administrative language. According to the Finnish Administrative Procedure Act “[a]n authority shall use language that is clear, easy to understand and to the point.” (Administrative Procedure Act 434/2003, chapter 2, section 9) It is important that citizens can understand administrative decisions generating rights and obligations for them and that they can monitor the authorities. My study is not only about readers but also about administrative communication, and therefore it might be interesting and useful for authorities. When writing my thesis, I became especially interested in how the reader is directed; directly or indirectly, with different politeness strategies. It would be interesting to compare how different authorities give advice and instructions. Does the way of giving instructions depend on the authority or the topic in question?

Administrative language has changed over the years: it has been affected by marketization and, especially the administrative language used on the internet, by web communication. In national park texts that I studied, administrative language was also affected by the language of tourism. In future research, it would be worth looking closer into the similarities and differences of web communication and the language of tourism as well as into how they affect administrative language. As for the research data, it would be interesting to study

administrative texts in the social media. Authorities have had web sites for years or decades, but nowadays authorities, such as the Finnish Tax Administration and the Police, are also in Facebook, Youtube, Twitter and Instagram. This raises the question of how the authorities take the reader or listener into consideration in the social media. Also, does the use of social media affect administrative language used in other instances? How will administrative language change in the future; is it possible to predict future changes?

My study about the national park web sites was not exhaustive; there is still more to be researched about them, even in this era of social media. I concentrated on the implied reader in the texts, but it would be equally interesting to look into the implied author in the texts. Also, as I studied reader assumptions in the texts, my study did not reveal anything about the real readers. It would be intriguing to make a questionnaire to real readers and ask, for example, how they react to different means of giving instructions. Would most of the readers feel that imperative forms are paternalistic or that imperatives are particularly suitable for instructive texts? I studied textual features and therefore paid little attention to pictures. However, on web sites, pictures play an important role, and there are also videos at least on the web site of Denali National Park, so I could have used multimodal analysis methods. Pictures play a particularly significant role in tourism communication, in which pictures are used for luring the reader and for creating positive images. In future research, national park web sites could thus be studied as multimodal entities.